

**Марова А. О.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ПРОДАЖІВ ТОВАРІВ  
В УМОВАХ ДОСКОНАЛОЇ КОНКУРЕНЦІЇ**

Технології продажу є важливим елементом в бізнесі, що дозволяє досягати успіху на ринку. Умови досконалої конкуренції, що характеризуються наявністю великої кількості підприємств, що працюють у тому ж сегменті ринку, роблять цю задачу ще більш складною [1]. На сучасному ринку бізнесу конкуренція зростає з кожним днем, що робить важливим удосконалення процесу продажу та маркетингу [2]. В умовах досконалої конкуренції потрібно звернути особливу увагу на аналіз та вивчення поведінки й потреб споживачів. Тільки зрозумівши потреби й пріоритети клієнтів, можна розробити ефективну стратегію продажу та маркетингу.

Важливо забезпечити максимальну зручність та доступність продукту або послуги для збереження та залучення нових клієнтів. Щоб забезпечити максимальну зручність та доступність продукту або послуги, можна використовувати різні методи. До них можна віднести такі як:

1. Відкриття інтернет-магазину, де клієнти можуть замовити продукт або послугу з будь-якого місця, де є доступ до мережі Інтернет. Це дозволить забезпечити швидку та зручну доставку продукту або послуги.

2. Створення мобільного додатка для продукту або послуги, який можна буде завантажити на смартфони та планшети. Це забезпечить мобільний доступ до продукту або послуги, та дозволить користувачам замовляти товари та послуги з будь-якого місця.

3. Забезпечення можливості отримати консультацію через Інтернет з використанням чату або відеозв'язку. Це дозволить клієнтам отримати відповіді на всі свої питання та вирішити проблеми, що виникають під час замовлення продукту або послуги.

4. Рекламування продукту або послуги в соціальних мережах, де багато людей проводять свій час. Це дозволить залучити нових клієнтів та розширити аудиторію.

5. Забезпечення швидкої та якісної підтримки клієнтів через телефон, чат або електронну пошту. Це дозволить розв'язати будь-які проблеми, що виникають під час замовлення продукту або послуги, та забезпечити задоволення клієнтів.

Також важливими є відмінна якість обслуговування та післяпродажний сервіс. Вони є ключовими факторами у збереженні та залученні клієнтів в умовах конкуренції. Ще однією важливою складовою успішного бізнесу в умовах досконалої конкуренції є забезпечення персоналу необхідними знаннями та навичками у галузі продажів. Причини, чому це є важливим:

1. Покращення якості обслуговування клієнтів. Компетентний персонал надаватиме більш професійні консультації клієнтам, допомагатиме їм з вирішенням питань і проблем, а також допоможе зробити оптимальний вибір.

2. Збільшення продажів. Знання та навички у галузі продажів дозволять працівникам бути більш впевненими в продажах, ефективніше презентувати товари та послуги та робити розрахунки з клієнтами. Це, у свою чергу, збільшить шанси на успіх та збільшить обсяги продажів.

3. Підвищення репутації компанії. Якщо клієнти будуть задоволені якістю обслуговування, це позитивно відобразиться на репутації компанії. Персонал, який володіє необхідними знаннями та навичками, зможе підтримувати високий рівень обслуговування та впевнено виступати в ім'я компанії.

4. Зменшення кількості повернень та рекламаций: Якщо клієнтів правильно інформуватимуть про товари та послуги, а також розкажуть як їх правильно використовувати, це зменшить кількість повернень та рекламаций. Це збереже ресурси компанії та знизить її витрати [3].

Отже, для забезпечення конкурентних переваг важливо активно впроваджувати нові технології та інструменти в продажі. Необхідно аналізувати та вивчати поведінку та потреби споживачів, знати сучасні тенденції та постійно удосконалюватися. Кожна компанія має на меті пошук нових та збереження наявних клієнтів. І для цього використовуються такі методи, як аналіз і вивчення поведінки та потреб споживачів, забезпечення максимальної зручності та доступності товарів і послуг, інтернет-маркетинг та використання соціальних медіа, впровадження нових технологій та інструментів в продажі, висока якість обслуговування та наявність післяпродажного сервісу, використання аналітики

та даних про клієнтів для побудови ефективних стратегій маркетингу, а також забезпечення персоналу необхідними знаннями та навичками у галузі продажів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Оверченко В.І., Мажак З.М., Софій М.І. Мікроекономіка: Навчальний посібник./ за наук. ред. О.Л. Ануфрієвої, 2015. Івано-Франківськ: Лілея-НВ. 348 с.
2. Романович Є.В. Досконала конкуренція: Конспект лекцій. Харків: УкрДАЗТ, 2014. 17 с.
3. Маркетингові стратегії формування попиту на товари та послуги на ринках України: монографія / за ред. проф. Р.В. Федоровича. Тернопіль: ТНТУ ім. І. Пулюя, 2013. 359 с.

#### **Марчук Г. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАБІЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Інноваційна спрямованість діяльності підприємства забезпечує конкурентні переваги суб'єктам господарювання, суттєво зміцнює ринкові позиції і підтримують розвиток інноваційного підприємництва в країні. Сучасний розвиток визначається насамперед моделлю інноваційного розвитку та засобами, які спрямовані на підвищення конкурентоспроможності економічної системи.

Дослідження інноваційного підприємництва як об'єкта цілісності, має опосередкований вплив на загальну еволюцію економічної системи і потребує підходу, який впроваджує думки з точки зору науки в сферу підприємницької діяльності, дає комплексну оцінку багатьох проблем, пов'язаних з фундаментальними дослідженнями та нововведеннями [1].

Видатні зарубіжні економісти, які суттєво вплинули на інноваційну діяльність та економічний розвиток: С.Д. Ільєнкової, П.Н. Завліна, О.К. Казанцева, М. Кондратьєва, А. Кляйнкнехта, Я. Кука, Р. Купера, П. Майерса, Х. Менша, К. Оппенлендера, П. Ромера, Б. Санто, Р. Солоу, Б. Твісса, М. Хаммера, П. Хоувітта, К. Фрімена, Й. Шумпетера та ін. [1].

Однією з головних умов, що забезпечує інноваційний розвиток підприємства являє собою наявність чіткого і функціонуючого потенціалу. Поняття «інноваційний потенціал підприємства» в економіці трактується, як сукупність характеристик підприємства, які надають йому можливість безпосереднього