

Отже, інновації в програмному забезпеченні відіграють важливу роль у забезпеченні стійкого розвитку економічних систем, сприяючи підвищенню їх ефективності, конкурентоспроможності та адаптації до змін у сучасному світі.

Список використаних джерел:

1. *Інновації та вільне програмне забезпечення: гарне майбутнє для технологій.* URL: <https://blog.desdelinux.net/>

2. *Паневник Т.М., Болгарова Н.К. Формування інноваційних систем як середовища відкритих інновацій.* URL: <http://surl.li/tflmi>

УДК 658.5

Яковенко Р.В.,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри маркетингу, менеджменту та економіки,

Овчінников С.С.,

здобувач другого рівня освіти,

Економіко-технологічний інститут імені Роберта Ельворті

УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ ТОВ «ТД ГІДРОСИЛА»

Інтернет-магазин компанії є каналом розподілу нульового рівня. Інтернет-магазин працює на українському ринку з 1.04.2019 року. Реалізація продукції в розрізі каналів розподілу наведена в таблиці 1 та на рисунку 1.

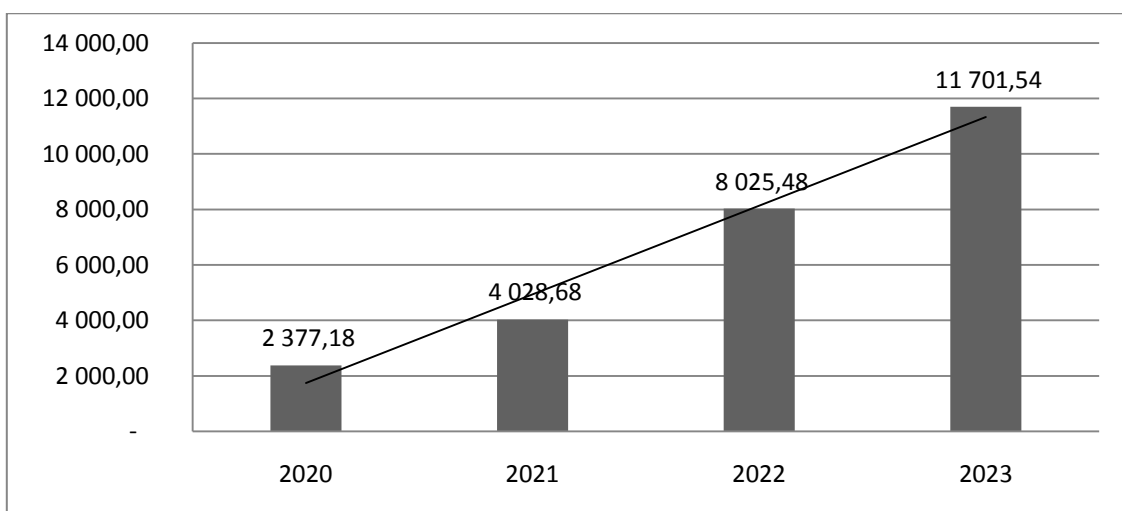


Рис. 1. – Реалізація продукції через інтернет-магазин за 2020-2023 роки, тис. грн

Реалізація через інтернет-магазин зростає високими темпами навіть на тлі зниження реалізації в інших каналах розподілу в 2023 році. Але частка продажів в інтернет-магазині залишається незначною швидше через специфіку цільової аудиторії споживачів та питання організації збуту.

Таблиця 1.

Динаміка реалізації ТОВ «Торговельний Дім «Гідросила» в Україні за 2021-2023 роки в розрізі каналів розподілу (тис. грн)

Канал розподілу	2021	2022	2023	Зростання 2023/2021, %	Частка в 2023р., %
Дистрибуція	231 782,52	143 155,78	168 144,57	-27,0	72,1
Заводи-виробники	52 349,44	38 292,30	61 348,86	17,2	20,9
Інтернет-магазин	4 028,68	8 025,48	11 701,54	65	7
Всього	218 572,70	201 047,23	293 131,84	34,1	100,0

Аналіз маржинальності (див. табл. 2.) показує значну перевагу роздрібного продажу через інтернет-магазин. Маржинальність продажів на 18% вище, ніж під час продажу через торгових посередників.

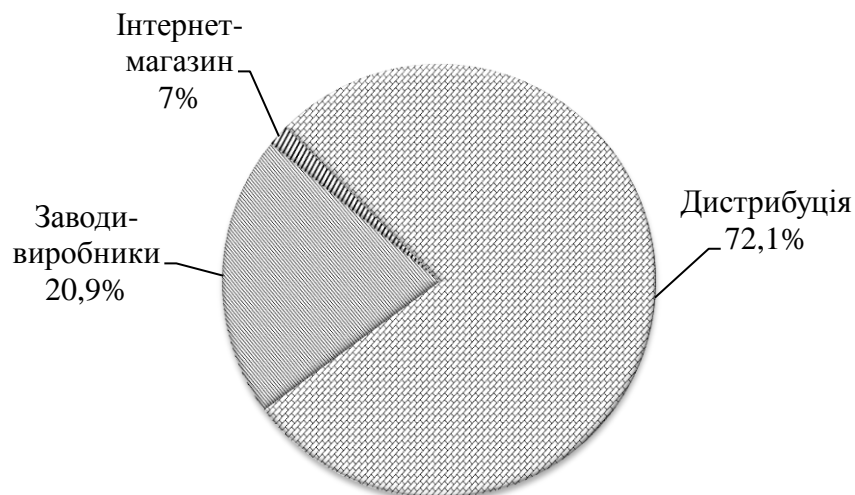


Рис. 2. – Реалізація ТОВ «Торговельний Дім «Гідросила» за 2023 р. у розрізі каналів розподілу

Завдання якісного інтернет-магазину не просто залучати якомога більше клієнтів, а ще й утримувати їх. На просування

інтернет-магазину йде багато ресурсів і зі зростанням конкуренції залучати нових клієнтів стає дедалі складніше. Легше і дешевше працювати з уже наявними клієнтами, підштовхуючи їх до повторних покупок.

Таблиця 2.

Маржинальність продажів в Україні в 2023 р. у розрізі каналів розподілу

Канал розподілу	Маржа, %
Дистрибуція	31,8%
Заводи-виробники	14%
Інтернет-магазин	49,8%
Середня в Україні	31,9%

Кількість клієнтів поступово зростає кожного року так само як і кількість осіб, що зробили замовлення повторно (див. табл. 3). Результати дослідження показали, що відсоток повторних покупок складає 20%, тобто вертається за покупкою лише кожен п'ятий.

Таблиця 3.

Кількість клієнтів та замовлень в інтернет-магазині за 2021-2023 рр.

	2021	2022	Зростання 2022 до 2021, %	2023	Зростання 2023 до 2022, %	Загалом за 2021- 2023
Клієнтів, осіб	629	810	+28,8	1043	+28,8	2280
Клієнтів що зробили замовлення повторно, осіб	95	140	+47,4	210	+50,0	472
% повторних клієнтів	15,1	17,3		20,1		20,7
Замовлень, шт.	788	1086	+37,8	1560	+43,6	3434
Повторних замовлень, шт.	159	276	+73,6	517	+87,3	1154
% повторних замовлень	20,2	25,4		33,1		33,6

Результати проведеного аналізу свідчать про те, що ті, хто здійснює покупки повторно, в середньому збільшує дохід компанії в п'ять разів, ніж клієнт, який зробив одне замовлення. Аналіз цільової аудиторії показує, що найбільш прибутковими для Інтернет-магазину є юридичні особи, які формують портфель B2B продажів.