

ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ ПІДТРИМКИ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РІШЕНЬ В ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ НА ОСНОВІ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ ТА НАЦІОНАЛЬНИХ ПРІОРИТЕТІВ

Суховесів Олексій Володимирович

здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,

Навчально-науковий інститут

«Українська інженерно-педагогічна академія»

Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Цифровізація стала ключовим чинником трансформації інвестиційної діяльності, особливо у динамічних секторах, таких як торгівля. Підприємства цієї галузі, що постійно адаптуються до змін у споживчій поведінці, високої конкуренції та коротких інноваційних циклів, потребують ефективних механізмів для ухвалення обґрунтованих рішень. Такі рішення все частіше базуються на цифрових інструментах, які дають змогу оперативно обробляти дані, прогнозувати зміни, оцінювати ризики й оптимізувати капіталовкладення відповідно до стратегічних цілей підприємства.

Загальносвітовою тенденцією є стрімке зростання обсягів інвестицій у цифрову інфраструктуру підприємств торгівлі, включаючи системи бізнес-аналітики, хмарні платформи для управління ланцюгами постачання, рішення з автоматизації фінансового аналізу, платформи оцінки клієнтського досвіду та інтегровані CRM. У країнах ЄС і Північної Америки ці інструменти вже є стандартом для ухвалення інвестиційних рішень, у той час як країни Азії – зокрема Сінгапур, Південна Корея та Китай – активно розвивають власні екосистеми цифрових сервісів, орієнтовані на інвесторів малого та середнього бізнесу.

На макrorівні цифровізація інвестиційної діяльності формується під впливом трьох ключових чинників: державної політики стимулювання інновацій, відкритості ринку до іноземного капіталу та інституційної підтримки впровадження цифрових технологій. Згідно з дослідженням Федулової Л. І. та Смельяненко Л. М., в Україні процеси цифрового інвестування ще не мають сталого системного характеру й часто відбуваються спонтанно, без чіткої інтеграції в довгострокові стратегії підприємств [1]. Такий стан справ обмежує можливості торговельних підприємств в ефективному залученні та розподілі капіталу, особливо за умов високої волатильності ринку.

Особливу роль у цифровізації інвестиційної діяльності відіграє внутрішня структура прийняття рішень у торговельному підприємстві. Проекти з модернізації логістики, запуску нових каналів збуту чи омніканального формату потребують складних цифрових інструментів для моделювання результатів, порівняння альтернатив і прогнозування ринку. У такій системі бізнес-аналітика виконує не допоміжну, а провідну функцію.

Цифрові інструменти дозволяють аналізувати сценарії інвестування в режимі реального часу з урахуванням ризиків і поведінки споживачів. Як підкреслюють Кашена Н. Б. та Янчева Л. М., сучасні системи бізнес-аналітики на основі ШІ й машинного навчання створюють інформаційні панелі для підтримки стратегічних і тактичних рішень [2]. Торгівля, працюючи з великими обсягами транзакцій і клієнтських даних, отримує від цього найбільшу користь.

З метою систематизації впливу цифрових інструментів на інвестиційне планування в підприємствах торгівлі, автором було розроблено типологію цифрових рішень відповідно до функцій інвестиційного циклу. Вона представлена в таблиці 1.

Таблиця 1

**Типологія цифрових інструментів підтримки інвестиційних рішень
в підприємствах торгівлі**

Фаза інвестиційного циклу	Мета цифровізації	Приклади цифрових інструментів
Ідентифікація можливостей	Визначення напрямів зростання	BI-системи (Power BI, Tableau), сканери трендів
Оцінка ефективності	Аналіз вигід і витрат	ERP-модулі інвестпланування, Excel-надбудови з макросами
Ухвалення рішення	Порівняння альтернатив, узгодження з ризиками	AI-платформи, системи сценарного аналізу (Crystal Ball)
Реалізація проєкту	Контроль і управління виконанням	Asana, Trello, цифрові Gantt-схеми
Моніторинг і коригування	Вимірювання результатів, уточнення планів	BI-дашборди, KPI-моніторинг

Джерело: розроблено автором

Ефективність цифрових інструментів в інвестуванні залежить від їхньої інтеграції в управлінську структуру підприємств торгівлі. Це стосується не лише технічних аспектів, а й оновлення підходів до прийняття рішень, делегування повноважень і розподілу відповідальності. Централізовані моделі управління інвестпроєктами поступово змінюються на децентралізовані, де рішення ухвалюються на основі доступних даних у спільному цифровому середовищі.

Особливо важливо інтегрувати цифрові маркетингові технології в інвестиційну стратегію торговельних підприємств. Як зазначає Забарна Е. М., ефективна взаємодія між маркетингом і інвестуванням можлива за умов використання даних про поведінку та вподобання споживачів [3]. Інвестиційні рішення щодо асортименту, каналів збуту чи форматів торгівлі мають ґрунтуватися на цифровій аналітиці – від CRM до платформ моніторингу клієнтської активності.

Ще одним ключовим аспектом цифрової трансформації інвестування є управління ризиками. Торговельні підприємства, що діють в умовах ринкової невизначеності, валютних коливань, змін законодавства та політичної нестабільності, змушені балансувати між прибутковістю та безпекою вкладень. Як зазначають Разумова Г. В. та Курносова О. І., цифрові інструменти дають змогу моделювати ризикові сценарії, будувати теплові карти ризиків, виявляти відхилення показників і запускати автоматичну реакцію на загрози [4]. Такі механізми не лише знижують втрати, а й сприяють формуванню зрілої інституційної основи для ухвалення інвестиційних рішень.

Окрему увагу слід приділити проектному управлінню інвестиціями, що дедалі частіше здійснюється на цифрових платформах. У процесі реалізації інвестпроектів підприємства торгівлі потребують високої точності планування, ресурсної оптимізації, контролю строків і бюджетів. Як зазначають Македон В. В. та Ковнір О. О., цифровізація управління інвестпроектами дозволяє реалізовувати підхід «data-driven project management» – тобто управління, засноване на даних, з використанням візуалізації, прогнозовної аналітики та автоматизованої документації [5]. Це особливо актуально для підприємств, які реалізують масштабні інфраструктурні проекти або впроваджують нові технології в роздрібній торгівлі.

З метою систематизації основних напрямів використання цифрових інструментів в управлінні інвестпроектами у торговельному секторі, автором було розроблено концептуальну модель цифрової підтримки життєвого циклу інвестиційного проекту (табл. 2).

Таким чином, цифровізація інвестиційної діяльності в підприємствах торгівлі не є лише технічним процесом, а комплексною трансформацією управлінської логіки, яка охоплює всі рівні прийняття рішень. Вона вимагає від підприємств стратегічного мислення, гнучких підходів до управління, здатності до аналітичної інтерпретації даних і готовності до зміни усталених бізнес-моделей. Дослідження Декалюка О. В. і Нянька В. М. підтверджують, що саме ті торговельні компанії, які впровадили цифрові принципи в управлінні інноваціями, мають вищі показники ефективності реалізації інвестпроектів [6].

Цифрові інструменти підтримки інвестиційних рішень виступають сьогодні ключовим фактором підвищення стійкості, передбачуваності та

ефективності діяльності підприємств торгівлі. Використання аналітики, автоматизованих систем планування, ризик-менеджменту та проєктного управління дозволяє підприємствам адаптувати інвестстратегії до мінливих умов ринку. Запропоновані типологія цифрових рішень і модель підтримки життєвого циклу інвестпроекту формують практичну основу для розвитку цифрового інвестування в національному торговельному секторі.

Таблиця 2

Модель цифрової підтримки життєвого циклу інвестиційного проєкту в підприємствах торгівлі

Стадія проєкту	Ціль цифровізації	Приклади інструментів	Очікувані ефекти
Ініціація	Формування ідеї, попередній аналіз	Модулі BI, Google Trends, галузеві бази даних	Швидка генерація релевантних напрямів розвитку
Планування	Розробка техніко-економічного обґрунтування	Excel із макросами, ERP, прогностичні модулі	Обґрунтоване визначення бюджету і ресурсів
Реалізація	Контроль за ходом проєкту	Gantt-платформи, MS Project, Trello	Зменшення затримок, контроль витрат
Завершення	Аналіз результатів, оцінка ефективності	KPI-дашборди, автоматизовані звіти	Прозорість результатів і можливість масштабування
Постінвестиційний супровід	Оптимізація функціонування після впровадження	CRM, моніторинг касових систем, аналітика клієнтів	Підвищення задоволеності споживача і дохідності

Джерело: розроблено автором

Список використаних джерел:

1. Федулова Л. І., Смеляненко Л. М. Інвестування в цифрову економіку: глобальні тенденції та практика України. *Економіка та держава*. 2020. № 4. С. 6–13. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.4.6>
2. Декалюк, О.В., Нянько, В.М. Управління інноваційною діяльністю торговельних підприємств. *Інноваційна економіка*. 2023, № 4 (96). С. 148–153. DOI: <https://doi.org/10.37332/2309-1533.2023.4.21>
3. Кашена Н. Б., Янчева Л. М. Екосистема бізнес-аналітики як мастихв інформаційно-аналітичного сервісу управління підприємствами торгівлі. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наукових праць*. Харків: ДБТУ, 2024. Вип. 1 (35). С. 44–55. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/54668>
4. Забарна Е.М. Інтеграція цифрових маркетингових технологій в інвестиційну стратегію сталого розвитку України. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2024. Том 35 (74). № 2. С. 60–64. DOI: <https://doi.org/10.32782/2523-4803/74-2-11>

5. Разумова Г. В., Курносова О. І. Управління ризиками інвестиційної діяльності в умовах цифрової трансформації. *Бізнес інформ.* 2024, № 3. С. 96–101. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-3-96-101>

6. Македон В.В., Ковнір О.О. Цифрова трансформація процесу управління інвестиційними проектами підприємства. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво.* 2024. № 3 (133). С. 76–82. DOI: <https://doi.org/10.32782/1814-1161/2024-3-11>