

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНИХ БІЗНЕС-ТЕХНОЛОГІЙ В ТОРГОВЕЛЬНИХ СТРУКТУРАХ

Мирошніченко Ганна Борисівна

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки та бізнес-технологій,

Державний університет «Київський авіаційний інститут»

У сучасних умовах трансформації економіки питання інноваційного розвитку торговельних підприємств набуває особливої ваги. Незважаючи на значні зрушення у сфері ритейлу, залишається низка проблем, пов'язаних із методологічним забезпеченням та організаційними механізмами впровадження інновацій. Традиційна орієнтація управління торговельними структурами на оптимізацію витрат, зростання фінансових показників та ефективність використання ресурсів не завжди забезпечує досягнення головної стратегічної мети – задоволення потреб споживачів і формування їхньої лояльності. Це зумовлює необхідність пошуку нових управлінських рішень, які б забезпечили не лише підвищення прибутковості, а й стійкий розвиток підприємств у довгостроковій перспективі. З початком повномасштабної війни роздрібна торгівля зазнала суттєвих змін: у 2023 році обсяги товарообороту зросли, однак уже в першому та другому кварталах 2024 року темпи зростання помітно сповільнилися і становили лише 17–18 % [1]. Виходячі з цього інноваційні бізнес-технології виступають ключовим чинником конкурентоспроможності торговельних структур, забезпечуючи гнучкість і адаптивність у кризових умовах. Впровадження цифрових рішень, нових форматів обслуговування та клієнто-орієнтованих моделей сприяє сталому розвитку сектору торгівлі та зміцненню ринкових позицій підприємств.

Діяльність підприємств у сфері торгівлі базується на торговельно-технологічному процесі, що поєднує торговельну складову (зміну форми вартості) та технологічну (доведення товарів до споживача) [2]. Він охоплює рух товарів від надходження до повної підготовки до продажу, використовуючи фінансові, матеріальні, інформаційні та трудові ресурси, і завершується формуванням торговельної послуги як результату взаємодії продавця і покупця. Специфіка організації цього процесу визначається формою торгівлі, типом та форматом підприємства. Водночас інновації виступають ключовим чинником його розвитку, адже їх сутність полягає у зміні, що передбачає освоєння нових чи вдосконалених технологій, товарів, послуг і організаційно-технічних

рішень, які трансформують ринок і підвищують ефективність діяльності підприємств.

В загальному вигляді інновації у сфері товарообігу спрямовані на втілення науково-технічних результатів у нові товари, послуги й технології, що передбачає освоєння персоналом нових процесів і обладнання, базується на результатах інтелектуальної діяльності та має кінцевою метою отримання прибутку.

Під час впровадження інновацій у сфері торгівлі необхідно враховувати особливості розвитку товарообігу та тенденції ринку. Інноваційний розвиток проявляється на різних етапах торговельно-технологічного процесу й здебільшого пов'язаний з удосконаленням існуючих послуг, запровадженням нових форматів та методів торгівлі. Важливу роль у цьому відіграють маркетингові інновації, адже саме торгівля стає посередником між виробником і споживачем. Значний вплив на формування інноваційного середовища мають великі мережеві компанії, які задають вектор розвитку галузі.

Реалізація інновацій у торговельній сфері сприяє створенню додаткової цінності для споживача, підвищенню ефективності торговельно-технологічних процесів, зростанню конкурентоспроможності та більш повному задоволенню потреб ринку. Інноваційні підходи дозволяють розширювати асортимент, покращувати якість товарів і формувати нові формати торгівлі. Для цього необхідна мобілізація кадрових, фінансових, інформаційних та матеріально-технічних ресурсів.

Технологічна складова торговельної діяльності полягає в обробці товарних потоків від надходження продукції до її повної підготовки до продажу, і реалізується без прямої участі покупця. Водночас інноваційні бізнес-технології охоплюють сукупність методів, операцій і процедур, що інтегрують сучасні засоби, обладнання та інструменти, спрямовані на створення нових форм інновацій у сфері товарообігу. Серед ключових напрямів їх розвитку виокремлюють інформатизацію, кастомізацію, інтеграцію, екоінновації, омніканальність які визначають динаміку модернізації торговельних підприємств (див. табл. 1).

Удосконалена класифікація бізнес-технологій у торгівлі дозволяє більш системно відобразити напрями інноваційного розвитку сфери ритейлу, зосередивши увагу на ключових векторах цифровізації та клієнтоорієнтованості. Представлені у таблиці групи технологій показують, що сучасні торговельні підприємства переходять від традиційних моделей організації бізнесу до нових форматів, які базуються на аналітиці даних, автоматизації бізнес-процесів, персоналізації обслуговування та інтеграції цифрових платформ. Це свідчить про трансформацію торгівлі в напрямі інтелектуалізації,

креативності та гнучкості, що забезпечує підвищення конкурентоспроможності національного ринку.

Таблиця 1

**Напрями розвитку інноваційних бізнес-технологій
торговельних структур**

Напрямок	Інструменти та рішення	Очікуваний результат
Інформатизація	Автоматизація бізнес-процесів; ERP/CRM-системи; хмарні сервіси; штучний інтелект (AI) для аналітики; мобільна торгівля	Прискорення операцій, точний контроль запасів, зниження витрат, персоналізовані пропозиції для клієнтів
Кастомізація	Нові формати магазинів (pop-up, dark stores, шоуруми); інноваційні програми лояльності; big data для сегментації клієнтів; AR/VR у торгових залах	Підвищення задоволеності клієнтів, зростання повторних покупок, індивідуалізація торгового досвіду
Інтеграція	Реінжиніринг бізнес-процесів; розвиток партнерських мереж; інтеграція з виробництвом та логістикою; M&A (злиття й поглинання)	Оптимізація ресурсів, зростання масштабів бізнесу, вихід на нові ринки
Екоінновації	Енергоефективні технології; «зелена» логістика; використання вторинної упаковки; цифрові цінники; zero-waste концепції	Зменшення витрат, формування позитивного іміджу бренду, відповідність сучасним трендам ESG
Оmnіканальність	Поєднання онлайн та офлайн-продажів; маркетплейси; мобільні додатки; чат-боти; інтеграція соціальних мереж у продажі	Розширення охоплення споживачів, зручність для клієнта, стабільне зростання обсягів продажу

Джерело: удосконалено за [2; 3; 4]

Особливої уваги заслуговує систематизація інструментів, що стосуються автоматизації, прогнозування та ідентифікації покупців, адже саме вони визначають ефективність управління асортиментом, оптимізацію витрат та посилення взаємодії зі споживачем. Використання кастомізації, систем лояльності та інноваційних форматів магазинів сприяє формуванню довгострокових відносин з клієнтами, тоді як мережевізація бізнесу та консолідація ритейлу демонструють зміщення акценту на партнерство і взаємодію з глобальними структурами. У результаті бізнес-технології (див. табл. 1) створюють підґрунтя для формування нової архітектури торгівлі, яка здатна швидко адаптуватися до змін ринку та забезпечувати стабільне зростання в умовах цифрової економіки.

Реалізація інноваційних бізнес-технологій у торгівлі дозволяє підприємствам підвищувати ефективність, створювати додаткову цінність для споживача та адаптуватися до динамічних змін ринку. Поєднання інформатизації, кастомізації, інтеграції, екоінновацій та омніканальності формує конкурентні переваги й забезпечує стійкий розвиток торговельних структур у довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України. Діяльність підприємств роздрібної торгівлі 2024. URL: https://pl.ukrstat.gov.ua/main/all_page/dialnist/menu_dailnist/menu_kalend_2024/plan_2024.htm (дата звернення: 01.10.2025).
2. Серета С. А., Демидчук Л. Б. Розвиток інноваційних бізнес-технологій у торговельно-технологічних системах: сучасні напрями. *Підприємництво і торгівля*, 2023. № 39. С. 172–180. DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2023-39-21> (дата звернення: 03.10.2025).
3. Норіцина Н.І., Зельдін О.М. Методи діагностики та оцінки інноваційного потенціалу підприємства. *Молодіжний економічний дайджест*. 2014. № 1 (1). С. 127–130. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/32607912.pdf> (дата звернення: 03.10.2025).
4. Barrichello A., Santos E.G., Morano R.S. Determinant and priority factors of innovation for the development of nations. *Innovation & Management Review*. 2019. Vol. 17. Iss. 3. P. 307–320. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/INMR-04-2019-0040/full/pdf> (дата звернення: 03.10.2025).