

ринкової економіки. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/fe1aaabe-4003-4037-b66d-feb23a19bb21/content> (дата звернення: 30.05.2023).

[3] Семененко О. Г., Доскоч А. С. Комерційна діяльність підприємства: система аналізу та оцінки. *Економічний вісник Університет Григорія Сковороди в Переяславі*. 2022. Випуск №55. С. 105-118. DOI : <https://doi.org/10.31470/2306-546X-2022-55-105-118>.

**УДК 658.8.339.1**

## **ТЕНДЕНЦІЙ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ТОРГОВЕЛЬНІЙ СФЕРІ**

### **IMPLEMENTATION INNOVATIONS TRENDS IN THE TRADE SECTOR**

*канд. екон. наук Т.В. Деділова<sup>1</sup>, Д.О. Красиля<sup>1</sup>*

<sup>1</sup>*Харківський національний автомобільно-дорожній університет (м. Харків)*

*T.V.Dedilova<sup>1</sup>, PhD (Econ.), D.O. Krasylia<sup>1</sup>*

<sup>1</sup>*Kharkiv National Automobile and Highway University (Kharkiv)*

Впровадження інновацій у торговельну діяльність є важливим для українських підприємств, оскільки це дозволяє підвищити конкурентоспроможність, задовольнити потреби клієнтів, покращити ефективність, розширити ринки та адаптуватися до змін.

Український ринок стає все більш конкурентним, і підприємства повинні постійно оновлювати свої продукти, послуги та процеси, щоб виходити вперед. Інновації дозволяють вирізнятися від конкурентів, пропонувати нові рішення, технології та підходи, що привертають увагу клієнтів і створюють перевагу на ринку. Крім того, інновації допомагають підприємствам краще розуміти потреби та бажання споживачів і пропонувати їм нові, унікальні продукти та послуги [1].

Інновації в торговельній діяльності можуть сприяти автоматизації процесів, впровадженню нових технологій та оптимізації робочих процесів. Це дозволяє підприємствам зменшити витрати, підвищити продуктивність та покращити якість своїх продуктів і послуг. Вони допомагають підприємствам розширити свою географію діяльності та зайняти нові ринки. Нові продукти, канали розповсюдження та підходи до маркетингу можуть відкривати можливості для залучення нових клієнтів і розширення бізнесу.

Сучасний бізнес-світ швидко змінюється під впливом технологій, змін

у споживацьких звичках та економічних факторах. Підприємства, які не впроваджують інновації, ризикують відставати від конкурентів і втратити свою позицію на ринку. Інновації допомагають адаптуватися до змін, прогнозувати та використовувати нові можливості [2].

Згідно з [3, 4] можна виділити наступні тенденції впровадження інновацій у торговельній сфері:

- e-commerce – українські підприємства все частіше створюють власні інтернет-магазини та платформи для продажу товарів та послуг онлайн. Це дозволяє залучати ширший коло клієнтів, здійснювати продажі цілодобово і зростати на ринку;

- m-commerce – українські підприємства активно розробляють мобільні додатки та адаптують свої веб-сайти для зручності мобільних користувачів, що сприяє зручності та доступності покупок через смартфони та планшети;

- впровадження smart technology – впровадження розумних технологій, таких як системи розпізнавання обличчя, розумні каси, інтерактивні дисплеї тощо, допомагає українським підприємствам покращити взаємодію з клієнтами, оптимізувати робочі процеси та покращити візуальний досвід покупців;

- використання соціальних медіа – українські підприємства все більше використовують соціальні медіа платформи для залучення клієнтів, підтримки взаємодії та реклами своїх продуктів і послуг. Вони створюють цікавий контент, проводять рекламні кампанії та взаємодіють зі споживачами на платформах, таких як Facebook, Instagram, YouTube тощо;

- використання аналітики та штучного інтелекту – допомагає збирати та аналізувати дані про споживачів, їх поведінку та вподобання, що дозволяє налаштовувати персоналізовані пропозиції, прогнозувати попит і покращувати стратегії маркетингу.

Крім того, в роботі [5] зазначається, що інноваційна активність самих торговельних підприємств може стати найефективнішим способом покращення їх розвитку і переходу на новий рівень української економіки у майбутньому. Для досягнення цього мети необхідні цілеспрямовані зміни українського законодавства, спрямовані на підтримку малого та середнього бізнесу та стимулювання інновацій шляхом надання інвестиційних коштів з бюджету та податкових пільг. Також важливо успішно досліджувати та використовувати творчі ідеї, нововведення та здійснювати трансформації в економічній, технічній, соціальній та інших сферах, пов'язані з новими ідеями, винаходами та відкриттями. Це сприятиме створенню сприятливої інноваційної клімату в Україні та сприяти розвитку економіки країни.

[1] Волощук Л. О., Кірсанова В. В. Аналіз та оцінювання інноваційного розвитку торговельного підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2016. № 5, Том 2. С. 66-72.

[2] Полякова Ю. В., Новосад З. Г., Надь Г. О. Інновації у торговельній діяльності: виклики для споживчої кооперації. *Приазовський економічний вісник*. 2020. №1(18). С. 44-49. DOI : <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-1-8>.

[3] Федулова Л. Бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємств торгівлі. *Scientia-Fructuosa* (Вісник Київського національного торговельно-економічного університету), 2017. №113(3). С. 48-64. URL : <http://journals.knute.edu.ua/scientia-fructuosa/article/view/799> (дата звернення: 30.05.2023).

[4] Інноваційний розвиток підприємств сфери торгівлі: світові тенденції та практика в Україні : монографія / [С. А. Давимука, Л. І. Федулова, Н. М. Попадинець та ін. ] ; за заг. ред. С. А. Давимуки ; ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долішнього НАН України». Львів, 2016. 432 с.

[5] Чернявська М. К. Сутність інновацій торговельного підприємства. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. Серія Економіка. 2017. Випуск 1(7). С. 102-107.

**УДК 332.146.2**

## **ПРОБЛЕМИ І ПРОТИРІЧЧЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ТЕРИТОРІЙ**

### **PROBLEMS AND CONTRADICTIONS IN THE MANAGEMENT SYSTEM OF INVESTMENT AND INNOVATIVE DEVELOPMENT OF TERRITORIES**

*Докт. екон. наук В. В. Дикань, Цзян Пань  
Навчально-науковий інститут «Каразінська школа бізнесу» Харківського  
національного університету імені В. Н. Каразіна (м. Харків)*

*D. Sc. (Econ.) V. V. Dykan, Jiang Pan  
Karazin Business School, VN Karazin Kharkiv National University (Kharkiv)*

Генерування інноваційних точок зростання і формування позитивного інвестиційного іміджу територій на сьогодні є стратегічно значущими завданнями, вирішення яких сприятиме формуванню привабливого інвестиційного клімату, прискоренню інноваційно-технологічних зрушень і соціально-економічного розвитку територій, поглибленню залученості української держави до глобальних ланцюгів створення вартості.

Поряд з цим незважаючи на суттєві переваги реалізації інвестиційно-інноваційних просторових змін на сьогодні не сформувалася ефективна система управління процесами інвестиційно-інноваційного розвитку територій і відсутні дієві інструменти їх активізації. Сучасний стан просторових локацій свідчить, що попри затверджені стратегії та програми регіонального розвитку на сьогодні так і не вдалося досягти збалансованості просторового розвитку територій і забезпечити їх інвестиційно-інноваційне зростання. Втрачають потужний промисловий