

**Трембіцький М.А.**

здобувач вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні

**Коваленко С.В.**

викладач

Центральноукраїнський національний технічний університет,  
м. Кропивницький, Україна

## **ТРАНСФОРМАЦІЯ ТОРГІВЛІ, МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ SMART СЕРЕДОВИЩА**

Теперішня економіка переживає трансформацію, яка відбувається з втручанням SMART технологій в бізнес. Під SMART середовищем розуміємо середовище, в якому автоматизація, новітні технології, бази даних, штучний інтелект створюють кращі, абсолютно нові можливості для торгівлі, маркетингу та підприємств.

У сфері торгівлі ключовим трендом є перехід до інтелектуального управління. Технології IoT дозволяють відстежувати та навіть прогнозувати попит товару, контролювати умови зберігання. За цим всім можна слідкувати в режимі реального часу. Але за цими перевагами ховаються недоліки: “інтеграція інтернету речей у бізнес потребує певних зусиль та витрат, тому компанія має ретельно розглянути свої потреби й можливості, щоб правильно обрати й налаштувати інтегровані IoT-рішення. Слід уважно розглянути питання безпеки й конфіденційності, оскільки інтернет речей може передавати велику кількість даних, цінних для хакерів чи шахраїв” [1].

У сфері торгівлі в SMART середовищі штучний інтелект може оптимізувати логістичні маршрути, автоматизувати процеси, що значно прискорює роботу і зменшує витрати підприємства. Також підприємства інтегрують штучний інтелект у свої інтернет магазини та платформи, наприклад AI-рекомендації.

В останні роки електронна комерція переживає швидке зростання, що дозволяє підприємствам розширювати свої охоплення на світові ринки, продавати товари безпосередньо споживачам і навіть розробляти можливості для покупок з доповненою реальністю. За даними Statista, очікується, що дохід від електронної комерції в США зросте на 498,2 мільярда доларів між 2025 і 2029 роками [2].

За цим приводом в маркетингу у SMART середовищі компанії аналізують величезні бази даних про вподобання, історію пошуків, поведінку покупців для створення масових трендів або індивідуальної реклами продукції. В Україні бізнес активно впроваджує технології для покращення клієнтського сервісу: за даними 2024 року, 18% українських компаній завдяки технологічним рішенням покращили сервіс, а 9% вже застосовують персоналізацію в роботі з клієнтами. До 2026 року здатність брендів надавати глибоко персоналізований досвід стане ключовим фактором конкурентоспроможності та лояльності клієнтів.

Отже, SMART середовище змінює підприємництво, роблячи дані головним ресурсом і джерелом інновацій. “Розумне підприємство” базується на аналізі, адаптації та відкритих інноваціях, що дозволяє швидко масштабуватися та ефективно реагувати на зміни. Технології стають не просто інструментом, а основою успішного бізнесу в цифрову добу.

### **Література:**

1. Що таке інтернет речей: як IoT робить бізнес ефективнішим .URL: <https://www.oschadbank.ua/blog/shcho-take-internet-rechey-yak-iot-robyt-biznes-efektyvnishym> (дата звернення: 05.11.2025).
2. 16 Business Trends for 2025: How to Stay Ahead. URL: [https://www.coursera.org/articles/business-trends?utm\\_source](https://www.coursera.org/articles/business-trends?utm_source) (дата звернення: 05.11.2025).