

Немченко Т.А.

кандидат економічних наук, доцент

Центральноукраїнський національний технічний університет

м. Кропивницький, Україна

ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Сучасна торговельна діяльність розгортається в умовах поглиблення екологічних, соціальних та технологічних трансформацій, які радикально змінюють логіку функціонування економічних систем. Торгівля, будучи ключовою ланкою між виробником і споживачем, має значний вплив не лише на економічну динаміку, а й на стан природного середовища, культуру споживання та соціальні практики. Відтак концепція сталого розвитку з декларативного орієнтира переходить у площину практичної необхідності, визначаючи стратегічні траєкторії розвитку торговельних підприємств [1].

Сталий розвиток у торговельній сфері охоплює комплекс взаємопов'язаних компонентів — економічний, екологічний та соціальний, що формують нову систему координат для прийняття управлінських рішень. Економічна складова полягає у забезпеченні довгострокової конкурентоспроможності, підвищенні ефективності використання ресурсів і стабільності бізнес-моделі. Екологічний вимір передбачає мінімізацію негативного впливу на навколишнє середовище через скорочення викидів, ресурсозбереження, впровадження циркулярних практик та екологічно орієнтованих технологій. Соціальний аспект охоплює формування відповідальних моделей споживання, дотримання стандартів гідної праці, інклюзивність та корпоративну етику. Взаємопроникнення цих вимірів створює основу для побудови нової парадигми управління торговельною діяльністю, орієнтованої не на короткострокову вигоду, а на системну стійкість.

Ключовим завданням сучасного торговельного менеджменту стає перехід від лінійних моделей економічного зростання до інтегрованих моделей циркулярного типу. Традиційна логіка «виробництво – продаж – утилізація» вичерпує свій потенціал, адже базується на безперервному нарощенні споживання та використанні ресурсів. Циркулярна модель, навпаки, спрямована на максимальне продовження життєвого циклу продукції, повторне використання, ремонтпридатність, сервісні моделі обслуговування та зворотні потоки у логістичних ланцюгах. Для торговельних підприємств це означає необхідність стратегічної перебудови бізнес-процесів, включаючи розробку екологічно значущих асортиментних політик, інтеграцію ESG-критеріїв у закупівлі, оптимізацію логістики та впровадження екодизайну товарів.

Особливого значення набуває формування екологічно орієнтованої місії торговельного підприємства. Місія перестає бути виключно інструментом комунікації зі стейкхолдерами — вона перетворюється на стратегічну рамку, яка визначає цілі, стандарти та інституційні механізми управління. Підприємства, що декларують сталий розвиток як основу своєї діяльності, орієнтуються не лише на задоволення поточного попиту, а й на забезпечення збалансованості між економічною результативністю та екологічною відповідальністю.

Сталість у торгівлі неможлива без системної трансформації внутрішнього середовища підприємства. Вона охоплює формування нової корпоративної культури, заснованої на усвідомленні соціально-екологічної місії бізнесу. Навчання персоналу, внутрішні комунікації та система мотивації мають не лише інформувати, а й формувати сталі поведінкові патерни — від енергозбереження до ініціювання «зелених» проєктів на робочих місцях. Мотиваційні інструменти повинні виходити за межі матеріального стимулювання, охоплюючи персоналізоване визнання внеску працівників у досягнення екологічних цілей, підтримку громадських ініціатив та участь у корпоративних програмах відповідального підприємництва.

Важливою складовою сталого управління є впровадження екологізованих технологій торговельної діяльності. Концепція Green Supply Chain Management (GSCM) демонструє, що екологічна логістика може стати джерелом економічних переваг. Вона охоплює екодизайн, використання екологічно безпечних матеріалів, енергоефективні транспортні рішення та мінімізацію відходів на всіх етапах ланцюга постачання [2]. Приклади провідних міжнародних компаній засвідчують, що інтеграція «зелених» технологій у логістику та постачання не лише знижує вуглецевий слід, але й підвищує операційну гнучкість та зменшує витрати [3].

Цифрові інновації посилюють потенціал сталого розвитку в торгівлі. Аналітика великих даних, моделі прогнозування попиту, системи оптимізації залишків та алгоритми зменшення логістичних втрат дозволяють узгоджувати комерційні процеси з екологічними орієнтирами. Особливо показовим є впровадження політики BORS («купівля онлайн — повернення в магазин»), що сприяє зменшенню транспортного навантаження, скороченню пакувальних відходів і формуванню нової культури сталого споживання в умовах омніканального середовища [4].

Стратегічна інтеграція сталого розвитку в торговельну діяльність неможлива без проектно-орієнтованих інструментів управління. Концепція Project Sustainability Management (PSM) дозволяє структуровано впроваджувати екологічні, соціальні та економічні критерії в усі етапи реалізації торговельних проєктів — від планування асортименту до побудови логістичних мереж та систем зворотної утилізації [5]. Проєктний менеджмент у цьому контексті перетворюється на стратегічний механізм забезпечення сталих перетворень, що охоплює управління ризиками, оцінку впливу, моніторинг ефективності та узгодження з глобальними цілями сталого розвитку.

Таким чином, організація торговельної діяльності на засадах сталого розвитку — це багатовимірний процес, що охоплює стратегічні орієнтири, управлінські інновації, культурні зміни та технологічні рішення. Його реалізація забезпечує формування нової конкурентоспроможності підприємств, заснованої на відповідальній взаємодії з природним середовищем, суспільством і споживачами. Водночас важливо усвідомлювати, що перехід до сталих моделей торговельної діяльності вимагає не лише внутрішніх зусиль підприємства, а й системної підтримки з боку держави, місцевих органів влади та міжнародних інституцій, оскільки формування ефективного інституційного середовища, яке стимулює екологізацію бізнес-процесів, розвиток «зеленого» підприємництва, податкові пільги для екологічно відповідальних компаній і створення механізмів «зеленого» фінансування, є ключовими передумовами масштабного впровадження принципів сталості в торгівлі.

Література:

1. Ніколайчук О., Лавроненко Г. Сталий розвиток торгівлі: теоретичний аспект. Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences, 2023. №324(6), С. 358-362. URL: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-324-6-57>
2. Букреева Д., Коваленко Т., Манукян А. «Зелені» стратегії для сталого розвитку підприємства та підвищення ефективності його діяльності. Економіка та суспільство, 2023, №56. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-121>
3. Сало Я. (2023). «Зелена» логістика в Україні: проблеми та перспективи. Економіка та суспільство, 2023. №47. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-58>
4. Yao, X., Liu, Y., & Qi, G. (2024), Enhancing Environmental Awareness for Sustainable Retail: Analysis of the Buy-Online-and-Return-in-Store Policy Adoption Using Theory of Planned Behavior, Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, vol. 19, pp. 2694–2713. URL.: <https://doi.org/10.3390/jtaer19040129>
5. de la Cruz López M.P., Cartelle Barros, J.J., del Caño Gochi, A., Lara Coira, M. New Approach for Managing Sustainability in Projects. Sustainability. 2021. Vol. 13, No. 13. URL: <https://doi.org/10.3390/su13137037>