

*Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2026. № 4. ISSN 2307-2105*



*Copyright © The Author(s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).*

**DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2026.4.185>**

**УДК 339.1:332.341.1(477)**

*С. А. Гриб,*

*аспірант кафедри економіки підприємства  
та організації підприємницької діяльності,  
Одеський національний економічний університет  
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0008-5144-4134>*

## **ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ**

*S. Hryb,*

*Postgraduate student of the Department of Economy of Enterprise and Business  
Organization, Odessa National Economic University, Ukraine*

## **INNOVATIVE DEVELOPMENT OF TRADE ENTERPRISES IN UKRAINE**

*У статті розглядаються питання щодо необхідності забезпечення інноваційного розвитку торговельних підприємств в Україні. Ефективність функціонування торговельних підприємств напряму пов'язана із спроможністю залучати інноваційні розробки в свою діяльність. Вітчизняні*

торговельні підприємства знаходяться в складних умовах, пов'язаних із ризиками та загрозами воєнного часу. У роботі досліджено інноваційну активність підприємств оптової торгівлі в Україні та зроблено висновок про те, що частка інноваційно-активних підприємств в зазначеній сфері діяльності залишається незначною протягом тривалого часу. Результати проведеного дослідження свідчать про необхідність формування системи невідкладних заходів на державному та регіональному рівнях для розв'язання проблем інноваційного розвитку і сприяння удосконаленню управління торговельними підприємствами на засадах орієнтації на впровадження інноваційних змін.

*This article examines the need to ensure the innovative development of retail enterprises in Ukraine. Scientific and technological advances have a significant impact on all sectors of the economy and require the continuous implementation of the latest approaches in all aspects of the operations of enterprises and organizations. The operational efficiency of retail enterprises is also directly linked to their ability to incorporate innovative developments into their activities. Domestic trading enterprises currently face challenging conditions associated with the risks and threats of wartime: warehouse and retail facilities may be destroyed by shelling; threats of disruption to transportation (logistics) routes; a decline in the population's purchasing power; rising costs of product transportation and energy, etc. This study examines the innovative activity of wholesale trade enterprises in Ukraine and concludes that the proportion of innovation-active enterprises in this sector has remained negligible for a long time. The proportion of trading enterprises that have introduced new products is also small, indicating a low level of motivation for innovative changes among domestic trading enterprises. Conclusions were drawn regarding the need to establish a system of urgent measures at the national and regional levels to address systemic problems in innovation development based on the following areas: improving the legal framework for the operation of trading enterprises; making changes to the tax*

*system; ensuring access to preferential loans; facilitating the participation of retail enterprises in regional energy-saving programs; utilizing the Internet and online platforms for selling goods; applying loyalty program tools to incentivize customers; using artificial intelligence for timely monitoring of market needs and competitive positions, etc. The results of the study indicate the need to improve the management system of retail enterprises by focusing on the implementation of innovative changes to enhance competitiveness.*

**Ключові слова:** *інноваційний розвиток, торговельні підприємства, ризики, інноваційні зміни, новітні технології.*

**Keywords:** *innovative development, retail businesses, risks, innovative changes, cutting-edge technologies.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.** Світова економічна система знаходиться сьогодні під впливом багатьох факторів, серед яких важливе місце займає науково-технічний прогрес, що спонукає світові економіки та все підприємницьке середовище впроваджувати інноваційні технології, удосконалювати логістичні процеси, створювати нові автоматизовані системи управління виробничими та організаційними процесами, активно залучати штучний інтелект в діяльність підприємницьких структур. Жодна сфера економічної діяльності не обходиться сьогодні без новітніх інноваційних технологій та інноваційних продуктів.

Торговельні підприємства також постають перед сучасними викликами технологічних змін та вимушені впроваджувати у свою діяльність нові підходи в організації діяльності; інноваційні логістичні процеси; сучасне устаткування для складування продукції; CRM-системи для моніторингу та аналізу клієнтів підприємства; різноманітні програми лояльності та заохочення клієнтів тощо. Проблеми ефективності управління вітчизняними

торговельними підприємствами зростають внаслідок тривалої війни Російської Федерації на території України, що призводить до фізичного знищення частини матеріально-технічних ресурсів торговельних підприємств (складських приміщень, транспорту) та ланцюгів постачань. Потребують додаткового вивчення напрями інноваційного розвитку торговельних підприємств з метою підвищення рівня конкурентоспроможності в сучасних вітчизняних реаліях.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій.* Дослідженням питань щодо інноваційного розвитку торговельних підприємств присвятили свої роботи багато науковців та практиків. Так, А.М. Безус, М.Б. Шевчун та П.І. Безус у своїй статті дослідили перспективи інноваційної діяльності вітчизняних підприємств роздрібною торгівлі та визначили, що інноваційні зміни в цій сфері пов'язані з удосконаленням процесів продажу продукції у торговельних залах та із заходами, спрямованими на посилення цінності брендів торговельної мережі для споживачів [1].

Т. Денисенко та І. Сташук у своїй статті приділили увагу питанням стратегічного розвитку торговельних підприємств в сучасних умовах трансформаційних змін; запропонували структуру та складові інноваційної стратегії торговельного підприємства з врахуванням потреб споживачів [2]. Такі науковці як Т.В. Дубовик та І.О. Буцацька розглянули вплив різноманітних факторів зовнішнього середовища та очікувань клієнтів на підприємствах роздрібною торгівлі та можливі напрями інноваційного розвитку; розробили рекомендації щодо застосування інформаційно-комунікаційних технологій та підкреслили їх значення для розвитку роздрібною торгівлі [3].

В наукових роботах Т. Зубко, О. Кузьменко та Д. Круля розглядаються інструменти інноваційного розвитку та ключові напрями: цифровізацію бізнес-процесів, автоматизацію та роботизацію операцій; впровадження сучасних логістичних технологій; забезпечення екологічних та соціальних аспектів [4-5]. Науковці Т.В. Кулініч та І.О. Лозова виділили основні

інноваційні стратегії для підприємств гуртової торгівлі та зробили висновки, що саме на основі інноваційних стратегічних змін підприємства зможуть підвищити ефективність збуту, оптимізувати витрати та збільшити рівень своєї конкурентоспроможності [6]. У роботі Ю.К. Маслова та В.Г. Семенової досліджуються фінансові аспекти реалізації інноваційної діяльності, формування інтелектуального капіталу підприємств та реалізації трансферу технологій [7]. Т. Палієнко зазначає, що під час військових дій торговельні марки відіграють значну роль не тільки в економічних процесах, але і для політичних та соціальних процесів, зокрема, використання торговельних марок різних країн може викликати бойкотування товарів та послуг, або ж використовуватись як інструмент пропаганди [8].

Велика кількість наукових досліджень, що розглядають питання інноваційного розвитку торговельних підприємств свідчить про актуальність даного напрямку і про наявність невирішених питань. Потребують уточнення питання щодо напрямів інноваційного розвитку вітчизняних торговельних підприємств з врахуванням широкого використання Інтернет-технологій та штучного інтелекту.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою дослідження є визначення основних напрямів інноваційного розвитку торговельних підприємств в сучасних умовах.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Науково-технічний прогрес є рушійним фактором розвитку світової економіки на початку ХХІ століття. Техніко-технологічні перетворення відбуваються у всіх аспектах людської діяльності, змінюючи до невпізнанності також і традиційні сфери економіки. Новітні технології транспортування сировини, матеріалів та готової продукції змінюють можливості щодо використання більш якісних ресурсів у виробничих процесах та щодо швидкого і вчасного постачання продукції споживачам.

Зростає роль та значення інтелектуального капіталу підприємства, який стає вирішальним фактором у підвищенні конкурентоспроможності на

вибагливих ринках збуту з врахуванням стратегічних перспектив та спроможності швидкого та гнучкого реагування на потреби ринку вчасними організаційними, технічними та технологічними рішеннями у виробничих процесах. Посилюється значення клієнтського капіталу підприємства, орієнтованого на забезпечення конструктивних плідних відносин з постачальниками ресурсів і споживачами продукції та послуг [9, с. 337].

До основних напрямів інноваційних змін торговельних підприємств науковці відносять:

1) Організаційно-управлінські: нові організаційні форми торговельного підприємства; диверсифікація напрямів діяльності; удосконалення управління діяльністю; впровадження сучасних інформаційних систем; розширення джерел фінансування та ін.

2) Торговельно-технологічні: широке застосування програм лояльності для забезпечення індивідуального підходу до клієнтів; удосконалення форм і методів електронної торгівлі; використання POS-терміналів, технологій RFID та терміналів самообслуговування; автоматизація та роботизація складського господарства; впровадження енерго- та ресурсозберігаючих технологій; безпекові новації тощо.

3) Комерційні: нові канали просування продукції; нові форми партнерського співробітництва з постачальниками ресурсів та клієнтами; гнучка цінова політика; удосконалення номенклатури та асортименту продукції; вчасне застосування маркетингових досліджень; впровадження методів мерчандайзингу в торговельних залах; випуск низки товарів власних торговельних марок; трансфер та комерціалізація новацій.

4) Економічні: створення інфраструктурної мережі; удосконалення процесів обліку та аудиту товарних запасів і бізнес-процесів.

5) Соціальні: удосконалення умов праці персоналу; формування ефективної мотиваційної системи та соціального забезпечення; застосування сучасних підходів щодо оцінювання результатів праці персоналу [10, с. 138].

Такі перетворення ґрунтуються на залученні значних інвестицій в діяльність торговельних підприємств, що потребує формування державної інвестиційно-кредитної політики сприяння розвитку підприємницького середовища, особливо зважаючи на складні економічні умови воєнного часу [11, с.160].

В табл. 1 відображено кількість інноваційно-активних підприємств оптової торгівлі, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами та їх питому вагу в загальній кількості підприємств зазначеної сфери в динаміці останніх років.

**Таблиця 1. Інноваційна активність підприємств оптової торгівлі**

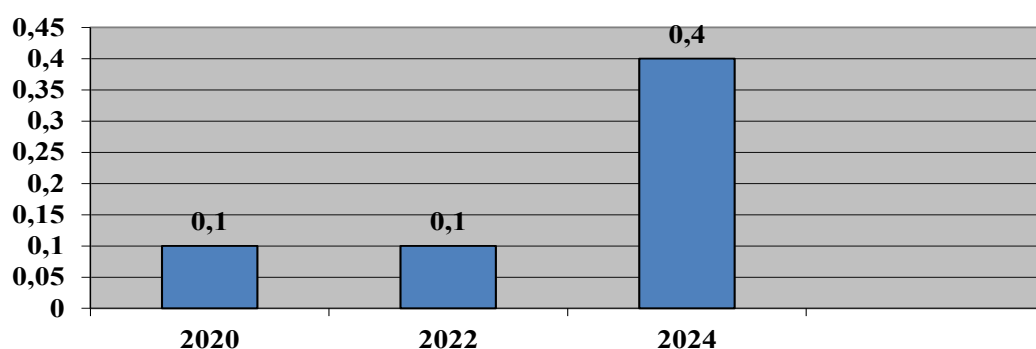
| Показники  | 2018-2020 | 2020-2022 | 2022-2024 | Відхилення<br>2024 - 2018 рр.<br>(+;-) |
|--|-----------|-----------|-----------|--|
| Загальна кількість підприємств оптової торгівлі, всього (одиниць)              | 7212      | 6515      | 5861      | -1 351                                 |
| Кількість інноваційно-активних підприємств оптової торгівлі, одиниць           | 300       | 297       | 561       | 261                                    |
| - у відсотках до загальної кількості підприємств оптової торгівлі, %           | 4,2       | 4,6       | 9,6       | 5,4                                    |
| Кількість підприємств, що впроваджували нову (удосконалену) продукцію, одиниць | 124       | 112       | 303       | 179                                    |
| - у відсотках до загальної кількості підприємств оптової торгівлі, %           | 1,7       | 1,7       | 5,2       | 3,5                                    |

*Джерело: сформовано на основі [12].*

Аналіз даних в таблиці 1 показує, що протягом періоду спостереження відбувається суттєве зменшення загальної кількості підприємств оптової торгівлі. Натомість спостерігаємо позитивну тенденцію до зростання кількості інноваційно-активних підприємств як в цілому, так і у відсотках до загальної кількості оптових підприємств. Позитивним є також зростання кількості (та частки) підприємств, які впроваджували нову продукцію. Однак

питома вага таких підприємств протягом усього періоду дослідження залишається вкрай незначною, що є негативним сигналом щодо недостатнього рівня інноваційного розвитку сфери оптової торгівлі в Україні.

На рис. 1 наведена частка обсягу реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) у загальному обсязі реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств оптової торгівлі, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами в Україні в динаміці останніх років.



**Рис. 1. Питома вага інноваційної продукції в загальному обсязі реалізації підприємств оптової торгівлі в Україні**

*Джерело: сформовано на основі [12].*

Аналіз даних на рис. 1 показує, що на вітчизняних підприємствах оптової торгівлі інноваційна продукція займає дуже незначну частку, хоча і спостерігається її приріст у 2024 році. Така ситуація свідчить про низку системних проблем в цій сфері діяльності щодо інноваційного розвитку та про необхідність на державному та регіональних рівнях приймати відповідні заходи щодо активізації інноваційної діяльності.

Вважаємо, що до основних напрямів активізації інноваційного розвитку підприємств сфери торгівлі можна віднести:

- удосконалення законодавчого та правового забезпечення діяльності торговельних підприємств;
- оптимізація системи оподаткування та скасування податку на додану вартість;

- формування системи пільгового кредитування для малих підприємств торговельної сфери;
- розвиток регіональних програм сприяння впровадженню енергозберігаючих технологій у торговельній сфері;
- розвиток онлайн-торгівлі та просування продукції торговельного підприємства на онлайн-платформах;
- формування довготривалих партнерських відносин з постачальниками товарів;
- удосконалення програм лояльності для клієнтів підприємств та запровадження системи гнучких цін та бонусів;
- широке використання штучного інтелекту для аналізу конкурентів, загроз та напрямів забезпечення прибутковості діяльності тощо.

#### ***Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі.***

Інноваційна діяльність торговельних підприємств є важливим напрямом забезпечення їх конкурентоспроможності в стратегічній перспективі. У дослідженні проаналізовано основні напрями інноваційних змін торговельних підприємств; частку обсягів реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі продукції підприємств оптової торгівлі та зроблено висновок про обмежений обсяг такої продукції. Розглянуто кількість інноваційно-активних підприємств оптової торгівлі та їх частку в загальній кількості торговельних підприємств в динаміці останніх років.

Виділено основні напрями активізації інноваційного розвитку торговельних підприємств, які пов'язані з удосконаленням правового регулювання у торгівлі; формуванням відповідної податкової системи, орієнтованої на стимулювання інноваційної активності; розробка системи пільгового кредитування для новаторів; формування регіональних програм з енергозаощадження із залученням торговельних підприємств; активне просування товарів на онлайн-майданчиках; посилення взаємодії з клієнтами підприємства на основі розширених програм лояльності та з постачальниками товарів на основі довгострокового співробітництва;

залучення штучного інтелекту для аналізування та прогнозування діяльності тощо.

Перспективи подальших наукових досліджень будуть орієнтовані на формування системи критеріїв і показників оцінювання рівня інноваційного розвитку торговельних підприємств в Україні.

### Література

1. Безус А.М., Шевчун М.Б., Безус П.І. Перспективи інноваційного розвитку роздрібно́ї торгівлі в Україні. *Економіка та держава*. 2019. № 5. С. 24-28.
2. Денисенко Т., Сташук І. Особливості формування інноваційної стратегії розвитку торговельних підприємств в умовах трансформаційних змін. *Науковий вісник Полісся*. 2025. №2 (29). С. 176–188. [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2024-2\(29\)-176-188](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2024-2(29)-176-188)
3. Дубовик Т.В., Бучацька І.О. Інноваційна спрямованість розвитку підприємств роздрібно́ї торгівлі. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2017. №1. С. 223-230.
4. Зубко Т.Л. Інструменти інноваційного розвитку торговельного підприємства. *Економічні науки: збірник наукових праць Луцького національного технічного університету. Серія “Регіональна економіка”*. 2021. № 18 (71). С. 54-66. [https://doi.org/10.36910/2707-6296-2021-18\(71\)-7](https://doi.org/10.36910/2707-6296-2021-18(71)-7)
5. Кузьменко О., Круль Д. Інноваційні чинники підвищення конкурентоспроможності торговельних мереж в Україні. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*. 2025. Том 344. № 4. С. 39-45. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-344-4-5>
6. Кулініч Т.В., Лозова І.О. Інноваційні стратегії в розрізі гуртової торгівлі. *Економіка і суспільство*. 2017. Випуск № 12. С. 292-297.
7. Маслов Ю.К., Семенова В.Г. Фінансові аспекти формування інтелектуального капіталу підприємств та забезпечення трансферу

технологій. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2019. Випуск 2 (29). С. 188-196.

8. Палієнко, Т. Розкриття інноваційного потенціалу торговельних марок у воєнний період. *Bulletin of Sumy National Agrarian University*. 2023. № 3 (95). С. 49-53. <https://doi.org/10.32782/bsnau.2023.3.8>

9. Semenova V., Litvinov O., Yermachenko V., Vicen V., Hajnisova E. Identification and assessment of the components of the enterprise's intellectual capital. *Access to science, business, innovation in digital economy, ACCESS Press*. 2025. Vol.6(2). pp. 336-356. [https://doi.org/10.46656/access.2025.6.2\(6](https://doi.org/10.46656/access.2025.6.2(6)

10. Шиндировський І.М. Інноваційність як елемент конкурентоспроможності торговельних підприємств. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2025. №85. С. 136-142. <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2025-83-18>

11. Kovalenko V., Sheludko S., Semenova V., Kotsiurubenko G., Danylina S. Credit and Investment Support for the Development of Ukraine's Agricultural and Economy Sector. *Scientific Horizons*. 2023. vol. 26(5). pp.151-163. <https://doi.org/10.48077/scihor5.2023.151>

12. Офіційний сайт Державної служби статистики України. «Економічна статистика / Наука, технології та інновації», доступний за посиланням: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 27 Березня 2026).

## References

1. Bezus, A.M., Shevchun, M.B., and Bezus, P.I. (2019), “Prospects for the Innovative Development of Retail Trade in Ukraine”, *Ekonomika ta derzhava*, vol. 5, pp. 24–28.

2. Denisenko, T. and Stashuk, I. (2025), “Characteristics of the Development of an Innovation Strategy for Retail Enterprises in the Context of Transformational Change”, *Naukovyj visnyk Polissia*, [Online], vol. 2 (29), pp. 176–188. [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2024-2\(29\)-176-188](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2024-2(29)-176-188)

3. Dubovyk, T.V. and Buchatska, I.O. (2017), “The Innovative Orientation of Retail Enterprises”, *Marketynh i menedzhment innovatsij*, vol. 1, pp. 223–230.
4. Zubko, T.L. (2021), “Tools for the Innovative Development of a Retail Enterprise”, *Ekonomichni nauky: zbirnyk naukovykh prats' Luts'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu. Seriiia “Rehional'na ekonomika”*, [Online], vol. 18 (71), pp. 54–66. [https://doi.org/10.36910/2707-6296-2021-18\(71\)-7](https://doi.org/10.36910/2707-6296-2021-18(71)-7)
5. Kuzmenko, O. and Krul, D. (2025), “Innovative Factors for Enhancing the Competitiveness of Retail Chains in Ukraine”, *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, [Online], vol. 344 (4), pp. 39–45. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-344-4-5>
6. Kulinich, T.V. and Lozova, I.O. (2017), “Innovative Strategies in the Context of Wholesale Trade”, *Ekonomika i suspil'stvo*, vol. 12, pp. 292–297.
7. Maslov, Y.K. and Semenova, V.G. (2019), “Financial Aspects of Building Intellectual Capital in Enterprises and Ensuring Technology Transfer”, *Finansovo-kredytna diial'nist': problemy teorii ta praktyky*, vol. 2 (29), pp. 188–196.
8. Palienko, T. (2023), “Unlocking the Innovative Potential of Brands During Wartime”, *Bulletin of Sumy National Agrarian University*, [Online], vol. 3 (95), pp. 49–53. <https://doi.org/10.32782/bsnau.2023.3.8>
9. Semenova, V., Litvinov, O., Yermachenko, V., Vicen, V., and Hajnisova, E. (2025), “Identification and assessment of the components of the enterprise's intellectual capital”, *Access to science, business, innovation in digital economy*, *ACCESS Press*, [Online], vol. 6(2), pp. 336-356. [https://doi.org/10.46656/access.2025.6.2\(6\)](https://doi.org/10.46656/access.2025.6.2(6))
10. Shindyrovsky, I.M. (2025), “Innovation as a Factor in the Competitiveness of Retail Enterprises”, *Visnyk L'vivs'koho torhovel'no-ekonomichnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, [Online], vol. 85, pp. 136-142. <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2025-83-18>

11. Kovalenko, V., Sheludko, S., Semenova, V., Kotsiurubenko, G. and Danylina, S. (2023), "Credit and Investment Support for the Development of Ukraine's Agricultural and Economy Sector", *Scientific Horizons*. [Online], vol. 26(5). pp.151-163. <https://doi.org/10.48077/scihor5.2023.151>

12. Official website of the State Statistics Service of Ukraine. "Economic Statistics / Science, Technology and Innovation", available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed 27 March 2026).

*Отримано редакцією журналу / Received: 01.04.26*

*Прорецензовано / Revised: 10.04.26*

*Дата публікації / Published: 23.04.26*