

УДК 339.13.025:004.9:629.331
DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.213.12-19>

Ковальчук А.М.

кандидат економічних наук
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Kovalchuk Alona

PhD in Economic Sc.
National Technical University of Ukraine
«Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute», Ukraine
<https://orcid.org/0000-0002-9059-8303>

Сафонік Н.П.

кандидат економічних наук
Національний університет «Київський авіаційний інститут»

Safonik Nataliia

PhD in Economic Sc.
National University «Kyiv Aviation Institute», Ukraine
<https://orcid.org/0000-0002-9822-3696>

Солосіч О.С.

доктор філософії з економіки
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Solosich Oleksandr

PhD in Economic Sc.
National Technical University of Ukraine
«Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute», Ukraine
<https://orcid.org/0000-0003-0057-463X>

ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ АВТОЗАПЧАСТИН В КОНТЕКСТІ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Стаття присвячена дослідженню особливостей формування інноваційної стратегії розвитку торговельних підприємств на ринку автозапчастин в умовах цифрових трансформацій. У статті проаналізовано сучасний стан та тенденції розвитку ринку автозапчастин, основні чинники впливу на діяльність торговельних підприємств, а також ключові виклики інноваційного розвитку в умовах цифровізації економіки. Розглянуто вплив цифрових технологій на розвиток торговельної діяльності. Досліджено роль цифрових платформ, аналітики даних, мобільних технологій та інструментів штучного інтелекту у підвищенні ефективності діяльності підприємств ринку автозапчастин. Обґрунтовано роль інноваційної стратегії розвитку у забезпеченні конкурентоспроможності, підвищенні ефективності діяльності, адаптивності та стійкому розвитку торговельних підприємств ринку автозапчастин.

***Ключові слова:** інноваційна стратегія, торговельні підприємства, ринок автозапчастин, цифровізація, цифрова трансформація, бізнес-процеси, електронна комерція, цифрові технології.*

INNOVATIVE STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT OF TRADE ENTERPRISES IN THE AUTO PARTS MARKET IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATIONS

The article is devoted to the study of the peculiarities of developing an innovative strategy for trade enterprises in the automotive parts market in the context of digital transformations.

The purpose of the article is to study the peculiarities of the formation of an innovative strategy for the development

ISSN друкованої версії: 2224-6282

ISSN електронної версії: 2224-6290

© Ковальчук А.М., Сафонік Н.П., Солосіч О.С., 2026

of trade enterprises in the auto parts market in the conditions of digital transformations.

The research topic is relevant due to the active development of digital technologies, the growing role of e-commerce, changes in consumer behavior, increased competition in the auto parts market, and the need to adapt trade enterprises to an unstable market environment and modern economic challenges.

In the research process, general scientific and special methods were used, in particular methods of analysis and synthesis – to generalize theoretical approaches to the formation of an innovative strategy for the development of trade enterprises and to determine the main factors of digital transformations in the market; systematic approach – to study the relationship between digitalization, innovative development and competitiveness of enterprises; comparative analysis of – to assess the current state of the auto parts market and identify the main trends in the development of trade enterprises; graphic – for visualization; as well as methods of generalization and interpretation of – for forming conclusions and substantiating directions for further development.

The article analyzes the current state and development trends of the auto parts market, the main factors influencing the activities of trade enterprises, and the key challenges of innovative development in the context of the digitalization of the economy. The role of digital platforms, data analytics, mobile technologies, and artificial intelligence tools in increasing the efficiency of enterprises in the auto parts market has been studied. The role of an innovative development strategy in ensuring competitiveness, increasing the efficiency of operations, enhancing adaptability, and promoting sustainable development of trade enterprises in the auto parts market is substantiated.

The practical value of the results lies in the possibility of applying the proposed approaches and recommendations in the process of developing and implementing an innovative strategy for the development of trade enterprises in the auto parts market.

Keywords: innovation strategy, trading enterprises, auto parts market, digitalization, digital transformation, business processes, e-commerce, digital technologies.

JEL classification: O33; L81; M15.

Постановка проблеми. Розвиток ринку автозапчастин на сьогодні характеризується високим рівнем конкуренції, швидкими змінами споживчих потреб та активним впровадженням цифрових технологій у всі сфери торговельної діяльності. Цифрова трансформація економіки суттєво змінює підходи до організації бізнес-процесів, управління ланцюгами постачання, взаємодії зі споживачами та формування конкурентних переваг торговельних підприємств. Особливо актуальними стають питання впровадження CRM-систем, автоматизації складської логістики, використання великих даних, цифрового маркетингу та онлайн-платформ для реалізації автозапчастин.

Ринок автозапчастин в Україні функціонує в умовах нестабільного економічного середовища, посилення імпортової залежності, зростання вартості логістики та зміни структури попиту, що зумовлює необхідність пошуку нових підходів до забезпечення ефективності діяльності торговельних підприємств. Водночас значна частина суб'єктів господарювання даного сегмента досі використовує традиційні моделі управління, які не забезпечують достатнього рівня адаптивності до цифрових змін та не дозволяють оперативно реагувати на трансформацію ринкового середовища. Особливої актуальності набуває проблема формування інноваційної стратегії розвитку торговельних підприємств, яка б поєднувала сучасні цифрові інструменти, інноваційні бізнес-моделі та механізми підвищення конкурентоспроможності, що і актуалізує означену проблематику дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку торговельних підприємств, цифрової трансформації та формування стратегічних підходів до забезпечення конкурентоспроможності в умовах динамічних змін ринкового середовища є предметом дослідження у працях багатьох вітчизняних науковців.

Зокрема, Н. Райтер та Г. Мацьків [11] розглядають особливості розвитку підприємницької діяльності у торговельній галузі, з акцентом на впливі цифровізації, глобалізаційних процесів і сучасних кризових викликів на трансформацію торговельного бізнесу. У статті О. Сохацької та О. Завгородньої [13] розглянуто вплив цифрових трансформацій та інноваційних технологій на розвиток торговельних підприємств, зокрема в контексті підвищення ефективності бізнес-процесів, розвитку електронної комерції, автоматизації діяльності та формування стратегічних підходів до забезпечення конкурентоспроможності в умовах Індустрії 4.0. В свою чергу, у статті А. Ковальчук, Н. Сафонік та Т. Щепіної [4] розглянуто особливості використання інструментів цифрового маркетингу у діяльності торговельних підприємств, зокрема питання формування стратегій цифрового маркетингу. Особливості формування цифрових бізнес-моделей торговельних підприємств в умовах технологічних трансформацій розкрито у праці П. Колісниченко, Є. Терещенко та О. Школенко [5]. У статті Д. Коренюка [6] розглянуто вплив цифрової трансформації на стратегічне управління торговельними підприємствами, зокрема роль цифровізації, штучного інтелекту та інноваційних управлінських рішень у оптимізації бізнес-процесів, підвищенні ефективності взаємодії з клієнтами та формуванні стратегічних напрямів розвитку ритейлу в умовах цифрових змін. В свою чергу, М. Чижевською, А. Скрильником та О. Григор'євою [14] розглянуто роль економіки знань та цифрової трансформації у забезпеченні інноваційного розвитку торговельних підприємств, зокрема вплив цифрових компетентностей, IT-рішень і механізмів управління знаннями на формування конкурентоспроможності та стратегічної стійкості бізнесу в умовах сучасних викликів і невизначеності. У статті Ю. Кравчика, В. Ткачука, Д. Соломка та М. Іванова [7]

розглянуто особливості формування політики розвитку торговельних підприємств на місцевому рівні із застосуванням інструментів цифрового маркетингу, зокрема цифрових комунікацій та засобів цифровізації, як важливих чинників активізації підприємницької діяльності й підвищення конкурентоспроможності торговельного бізнесу.

Проте, зростання ролі електронної комерції, цифрових сервісів, автоматизації бізнес-процесів і аналітики даних потребує вдосконалення стратегічних підходів до управління підприємствами.

Крім того, нестабільність ринкового середовища, високий рівень конкуренції та швидкі зміни споживчих потреб зумовлюють необхідність пошуку нових інноваційних рішень для забезпечення ефективності діяльності та довгострокового розвитку торговельних підприємств, що зумовлює необхідність подальшого дослідження означеної проблематики.

Метою статті є дослідження особливостей формування інноваційної стратегії розвитку торговельних підприємств на ринку автозапчастин в умовах цифрових трансформацій.

Методи дослідження. У процесі дослідження використано загальнонаукові та спеціальні методи, зокрема: методи аналізу і синтезу – для узагальнення теоретичних підходів до формування інноваційної стратегії розвитку торговельних підприємств та визначення основних чинників цифрових трансформацій на ринку; системний підхід – для дослідження взаємозв'язку між цифровізацією, інноваційним розвитком і конкурентоспроможністю підприємств; порівняльний аналіз – для оцінки сучасного стану ринку автозапчастин і виявлення основних тенденцій розвитку торговельних підприємств; графічний – для візуалізації; а також методи

узагальнення та інтерпретації – для формування висновків і обґрунтування напрямів подальшого розвитку.

Виклад основних результатів дослідження. Цифровізація економіки, розвиток електронної комерції та зміна споживчих моделей поведінки суттєво впливають на функціонування торговельних підприємств і формують нові умови ведення бізнесу. Водночас нестабільність економічного середовища, посилення конкуренції та зростання ролі цифрових технологій зумовлюють необхідність адаптації підприємств до сучасних ринкових викликів. Особливо актуальними ці процеси є для ринку автозапчастин, який характеризується високою динамічністю та залежністю від зовнішніх економічних і логістичних чинників.

Сучасний ринок автозапчастин в Україні функціонує в умовах постійної трансформації, високої невизначеності та посиленої конкуренції. За результатами дослідження компанії АвтоНова-Д [1], проведеного серед представників українського автобізнесу у 2025 р., більшість підприємств були змушені адаптувати свою діяльність до зростання витрат, кадрового дефіциту, інфраструктурних ризиків та змін у споживчому попиті (рис. 1). Водночас ринок демонструє високий рівень адаптивності, оскільки підприємства не лише підтримують операційну діяльність, а й перебудовують бізнес-процеси, розширюють портфель послуг, інвестують у матеріально-технічну базу та впроваджують нові підходи до організації роботи. Виходячи із вище означеного та з урахуванням цифрових трансформацій суб'єкти ринку автозапчастин змушені постійно адаптуватися до змін зовнішнього середовища, удосконалювати бізнес-процеси та впроваджувати сучасні цифрові рішення.

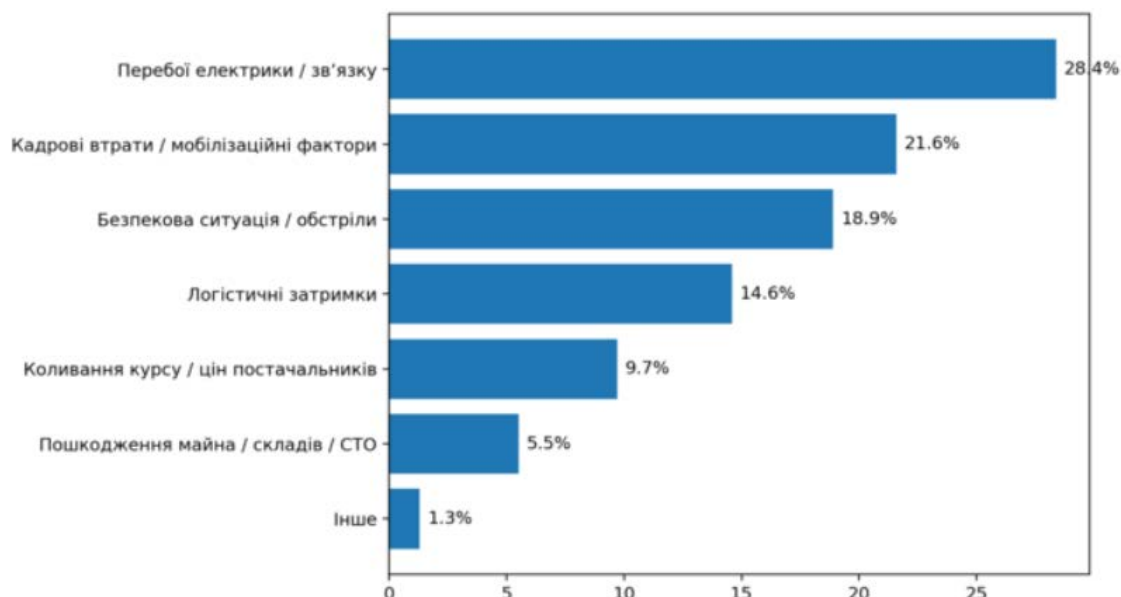


Рис. 1. Структуризація ключових ризиків, що вплинули на автобізнес в Україні у 2025 році
Джерело: [1].

Крім того, сучасний ринок автозапчастин характеризується суттєвими структурними змінами, пов'язаними зі зміною логістичних ланцюгів, зростанням імпортозалежності, підвищенням собівартості продукції

та трансформацією споживчих переваг. Важливий вплив на розвиток ринку також мають поширення електромобілів, зміна структури попиту на автозапчастини (рис. 2), збільшення кількості вживаних

автомобілів та необхідність постійного оновлення підходів до сервісного обслуговування. У результаті таких змін підприємства змушені оперативного реагувати на нові ринкові умови, переглядати підходи до організації діяльності та впроваджувати сучасні інструменти

управління. У зв'язку з цим розвиток торговельних підприємств на ринку автозапчастин дедалі більше залежить від здатності швидко впроваджувати інноваційні підходи та адаптуватися до цифрових змін.

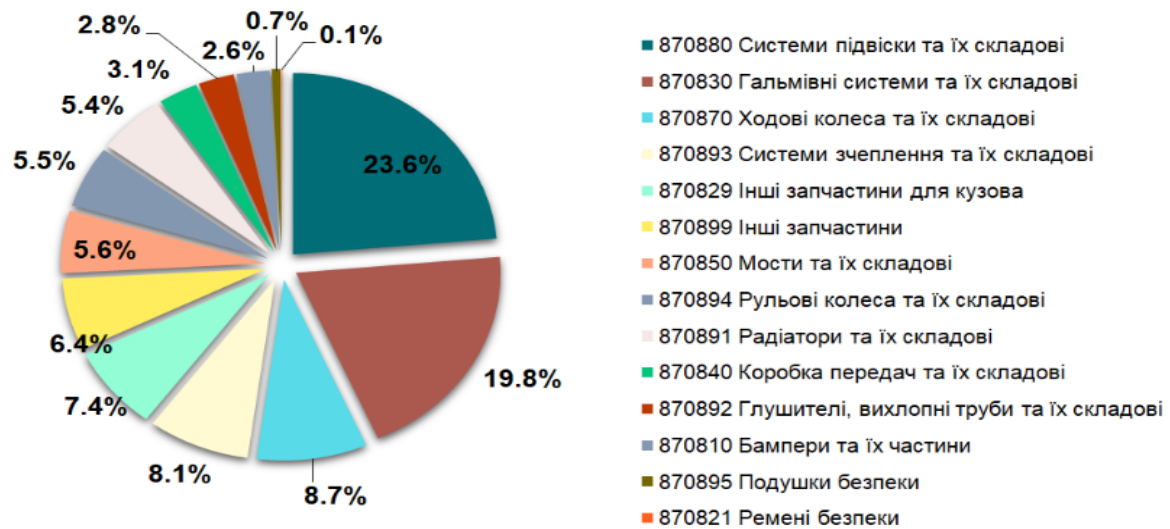


Рис. 2. Структура ринку автозапчастин по групах в Україні за 2023 рік, %

Джерело: [12].

Цифровізація ринку суттєво змінює підходи до організації торговельної діяльності, управління бізнес-процесами та формування конкурентних переваг підприємств. Погоджуємось із В. Паляницею, що до основних особливостей таких трансформацій доцільно віднести:

— цифрові технології прискорюють процеси впровадження інновацій, нових продуктів і послуг. У зв'язку з цим підприємства повинні оперативного адаптуватися до нових технологічних рішень і ринкових трендів для збереження конкурентоспроможності;

— цифровізація створює нові можливості для розвитку альтернативних бізнес-моделей, зокрема електронної комерції, цифрових платформ, сервісних моделей та онлайн-послуг, що потребує переосмислення стратегій розвитку та підходів до організації бізнесу;

— цифрові технології зменшують географічні обмеження та розширюють можливості взаємодії підприємств із клієнтами й партнерами на міжнародному рівні, що відкриває нові напрями розвитку бізнесу, але водночас потребує врахування логістичних, правових і культурних аспектів;

— цифрові інструменти дозволяють навіть невеликим підприємствам конкурувати з великими учасниками ринку, що посилює конкуренцію та вимагає постійного підтримання конкурентних переваг;

— цифрові технології змінюють форми взаємодії підприємств із клієнтами, створюючи нові канали комунікації, можливості персоналізації товарів і послуг, а також використання даних для вдосконалення бізнес-процесів;

— автоматизація робочих процесів сприяє підвищенню ефективності діяльності та оптимізації витрат, що потребує впровадження сучасних технологій і

розвитку цифрових компетентностей працівників [9, с. 221].

В таких умовах, торговельні підприємства, діяльність яких традиційно базувалася на функціонуванні фізичних точок продажу, змушені трансформувати свої операційні моделі шляхом інтеграції цифрових технологій у процеси продажу, логістики, управління товарними запасами та клієнтського сервісу [5, с. 36]. Водночас, інноваційний розвиток торговельних підприємств ринку автозапчастин характеризується нерівномірністю впровадження цифрових технологій, оскільки найбільшу активність демонструють підприємства з вищим рівнем цифрової зрілості та розвиненими ресурсними можливостями. Разом із цим воєнні виклики, логістичні розриви, кадровий дефіцит і кіберризики зумовлюють необхідність розвитку гнучких моделей управління, резервування даних та адаптивного стратегічного планування. Додатковим чинником розвитку виступають державні та грантові програми підтримки цифровізації й інноваційної діяльності підприємств [14]. Додатковим чинником, що впливає на розвиток торговельних підприємств, є загальний стан ділової активності в Україні. Попри складні економічні та безпекові умови, у квітні 2026 р. індекс очікувань ділової активності становив 51,7, що свідчить про збереження позитивних оцінок бізнесом результатів своєї діяльності (рис. 3). Позитивний вплив на економічну активність мають міжнародна фінансова підтримка, поживлення споживчого попиту, фінансування відновлення інфраструктури та сезонні чинники.

Водночас стримуючими факторами залишаються зростання витрат бізнесу, підвищення цін на паливо, логістичні проблеми, інфляційні ризики та дефіцит кваліфікованих кадрів.

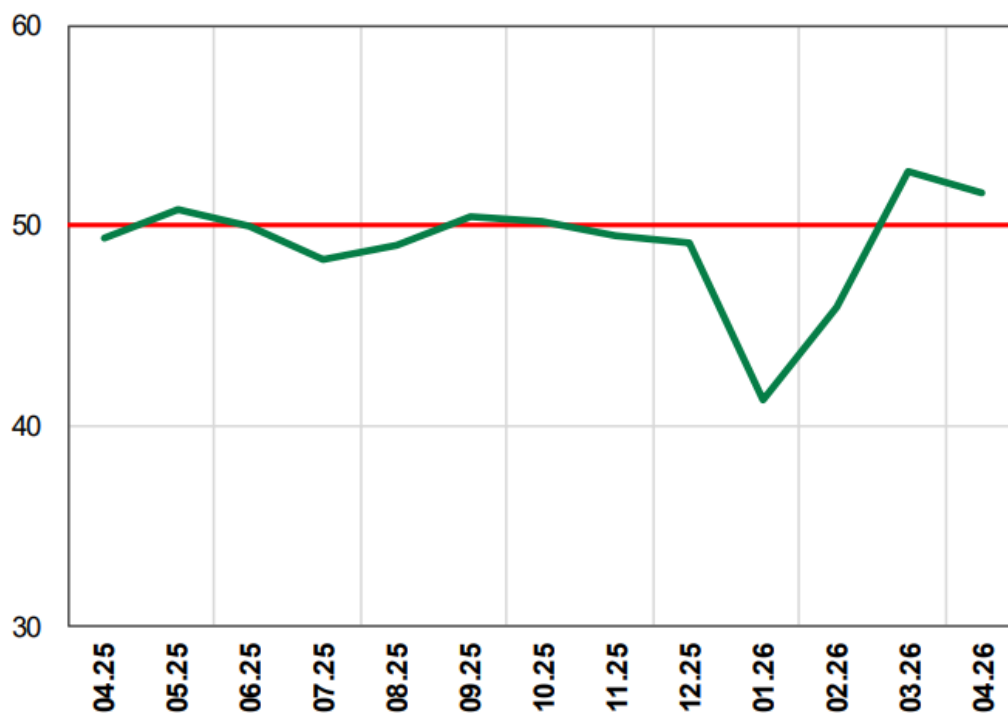


Рис. 3. Динаміка зміни Індексу очікування ділової активності (ІОДА)

Джерело: [15].

В умовах високого рівня конкуренції торговельні підприємства дедалі частіше орієнтуються на впровадження інноваційних рішень як інструменту формування конкурентних переваг, підвищення ефективності діяльності та зміцнення ринкових позицій. Вибір інноваційного напрямку розвитку сприяє забезпеченню стійкості бізнесу, адаптивності до цифрових трансформацій та підвищенню результативності функціонування підприємств [3, с. 220]. Саме тому в умовах динамічних змін ринкового середовища та активного розвитку цифрових технологій особливою актуальністю набуває питання формування інноваційних стратегій розвитку торговельних підприємств.

Формування інноваційної стратегії розвитку є не лише реакцією на зовнішні виклики та цифрові трансформації, а й важливим інструментом забезпечення довгострокових конкурентних переваг і зміцнення ринкових позицій підприємства. Така стратегія охоплює різні напрями діяльності підприємства – від впровадження цифрових технологій і розвитку електронної комерції до вдосконалення бізнес-процесів, клієнтського сервісу та організаційних підходів до управління. Водночас формування інноваційної стратегії розвитку слід розглядати як комплексний процес розроблення довгострокових напрямів трансформації підприємства шляхом впровадження інноваційних рішень, цифрових інструментів, сучасних управлінських підходів та нових моделей ведення бізнесу. Така стратегія повинна мати адаптивний характер і бути спрямована на підвищення ефективності діяльності підприємства, його конкурентоспроможності та здатності швидко реагувати на зміни ринкового середовища [2].

Для суб'єктів ринку автозапчастин формування інноваційної стратегії розвитку набуває важливого

значення в умовах посилення конкуренції, цифровізації торговельної діяльності та трансформації споживчих потреб. З огляду на це, важливим є визначення ключових складових інноваційної стратегії розвитку торговельних підприємств, які забезпечують ефективну інтеграцію цифрових технологій у бізнес-процеси, підвищення адаптивності підприємств до змін ринкового середовища та формування конкурентних переваг (рис. 4).

В цілому, цифрові трансформації суттєво впливають на розвиток торговельних підприємств, змінюючи підходи до організації продажів, логістики та управління бізнес-процесами. О. Сохацька М. та О. Завгородня зазначають, що автоматизація, розвиток електронної комерції, аналітика даних, штучних інтелект відкривають нові можливості для підвищення ефективності діяльності у сфері торгівлі. Зокрема, впровадження автоматизованих систем управління, цифрових платформ та аналітичних інструментів сприяє оптимізації операційної діяльності, зниженню витрат і підвищенню якості обслуговування клієнтів. Автоматизація окремих процесів дозволяє підприємствам зосереджуватися на стратегічних напрямках розвитку, впровадженні інноваційних рішень та розширенні цифрових сервісів.

Важливого значення набуває використання аналітики даних, яка дозволяє досліджувати споживчі потреби, прогнозувати попит та формувати персоналізовані пропозиції для клієнтів. Розвиток мобільних технологій, електронної комерції та онлайн-сервісів забезпечує споживачам швидкий і зручний доступ до товарів та послуг, що виступає важливим чинником конкурентоспроможності підприємств на ринку автозапчастин.

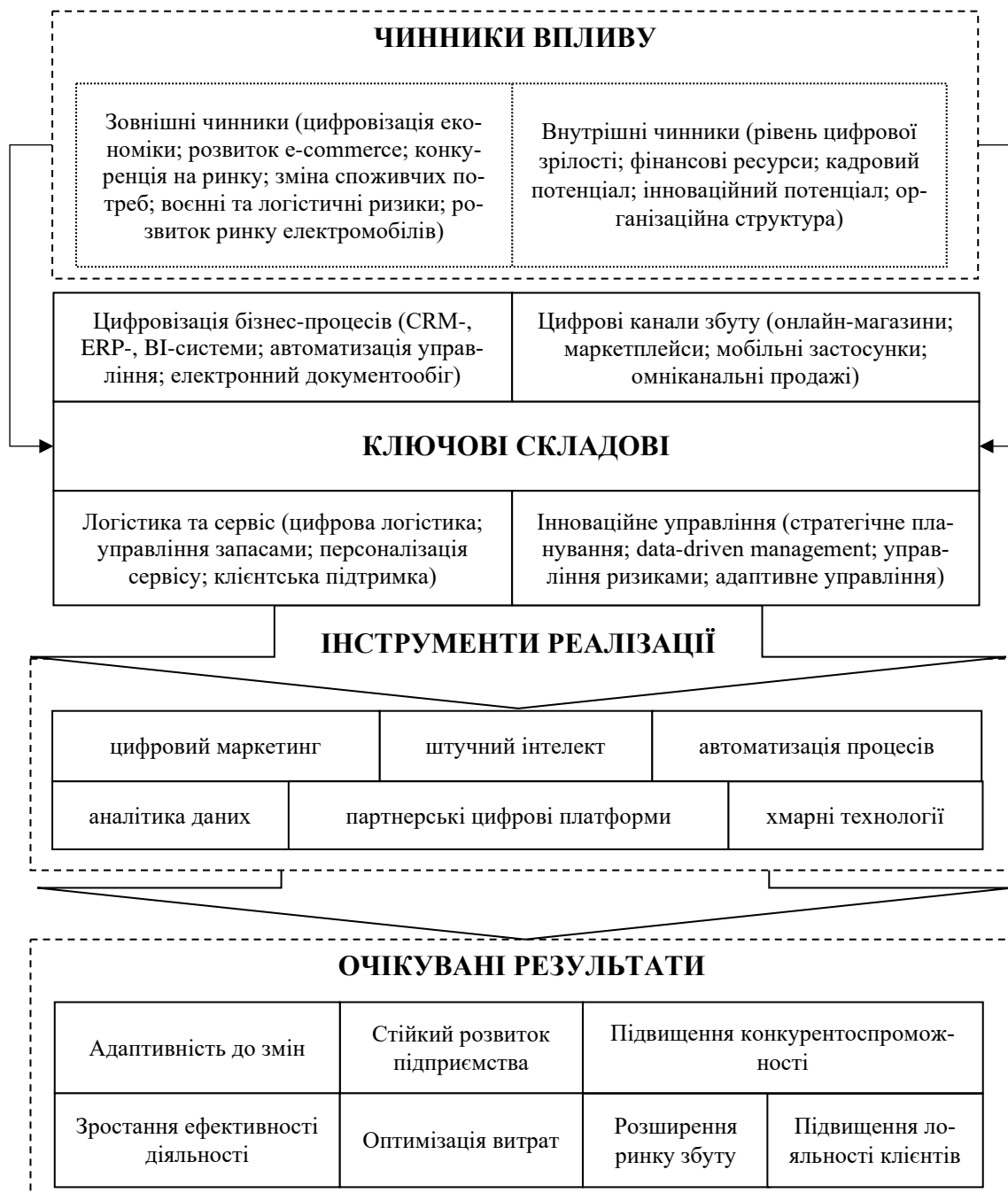


Рис. 4. Концептуальна модель інноваційної стратегії розвитку торговельних підприємств на ринку автозапчастин в контексті цифрових трансформацій

Джерело: розроблено авторами з урахуванням [4; 6; 7; 8; 10; 11].

Одним із перспективних напрямів цифровізації є використання технологій штучного інтелекту, які сприяють автоматизації аналітичних процесів, удосконаленню взаємодії з клієнтами та оптимізації логістики, дозволяє торговельним підприємствам підвищувати ефективність діяльності, адаптивність до змін ринкового середовища та формувати додаткові конкурентні переваги [13].

Отже, цифрові трансформації формують нові умови функціонування торговельних підприємств на ринку автозапчастин та зумовлюють необхідність переосмислення традиційних підходів до їх розвитку й

управління. У таких умовах інноваційна стратегія розвитку виступає важливим елементом забезпечення ефективності діяльності підприємств, підвищення їх конкурентоспроможності та адаптивності до змін ринкового середовища. Впровадження цифрових технологій, інноваційних управлінських рішень та сучасних моделей організації торговельної діяльності сприяє формуванню передумов для стійкого розвитку підприємств в умовах цифровізації.

Висновки. Зростання ролі електронної комерції, цифрових платформ, маркетплейсів, мобільних сервісів та автоматизованих систем управління формує нові

умови функціонування підприємств і потребує впровадження інноваційних підходів до ведення бізнесу. Дослідження показало, що в умовах високої конкуренції, нестабільного ринкового середовища, логістичних ризиків, кадрового дефіциту та зростання витрат інноваційний розвиток стає одним із ключових чинників забезпечення конкурентоспроможності торговельних підприємств в цілому, і на ринку автозапчастин, зокрема. Підприємства, які відповідають сучасним інноваційно-цифровізаційними тенденціями, мають вищий рівень адаптивності до змін ринкового середовища та кращі можливості для підвищення ефективності діяльності. Водночас цифровізація діяльності потребує розвитку цифрових компетентностей персоналу, модернізації організаційної структури управління та адаптації стратегічних підходів до нових умов функціонування, що повинно бути відображено у інноваційній стратегії розвитку.

В цілому, ефективний розвиток торговельних підприємств на ринку автозапчастин в умовах цифрових трансформацій безпосередньо залежить від рівня

впровадження інноваційних технологій, цифровізації бізнес-процесів та здатності підприємств адаптуватися до змін ринкового середовища. Формування інноваційної стратегії розвитку має бути спрямоване на інтеграцію цифрових каналів збуту, автоматизацію управління, використання аналітики даних, розвиток клієнтського сервісу та підвищення ефективності логістичних процесів. Реалізація таких підходів сприятиме зміцненню конкурентних позицій підприємств, підвищенню результативності їх діяльності та забезпеченню стійкого розвитку на ринку.

Декларація про використання ШІ. Використання ШІ мало допоміжний характер. У процесі підготовки статті використовувалися наступні інструменти штучного інтелекту, зокрема Grammarly – для перевірки та коригування перекладу анотації англійською мовою, а також ChatGPT-5 – для технічного оформлення списку використаних джерел (references). Автори несуть повну відповідальність за зміст, науковість, точність та цілісність контенту.

Список використаних джерел:

1. Автобізнес в Україні у 2025 році: результати опитування АвтоНова-Д. 2026. URL: <https://autonovad.ua/index.html?id=news&category=9&nid=1585>
2. Бордаєв В.В. Стратегічне забезпечення інноваційного розвитку експортоорієнтованих підприємств в умовах глобальної конкуренції. Академічні візії. 2025. Вип. 45. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.16751435>
3. Давимука С. А., Федулова Л. І., Попадинець Н. М. та ін. Інноваційний розвиток підприємств сфери торгівлі: світові тенденції та практика в Україні: монографія / за заг. ред. С. А. Давимуки; ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долишнього НАН України». Львів, 2016. 432 с.
4. Ковальчук А. М., Сафонік Н. П., Щепіна Т. Г. Потенціал використання інструментів цифрового маркетингу в діяльності торговельних підприємств. Економіка та суспільство. 2025. Вип. 80. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-80-150>
5. Колісниченко П. Т., Терещенко Є. Ю., Школенко О. Б. Концептуальний підхід до класифікації цифрових бізнес-моделей торговельних підприємств. Бізнес-навігатор. 2025. Вип. 5(82). С. 35-41. DOI: <https://doi.org/10.32782/business-navigator.82-6>
6. Коренюк Д.С. Вплив цифрової трансформації на стратегічне управління ритейлерами. European scientific journal of Economic and Financial innovation. 2025. № 3(17). С. 24-30. DOI: <http://doi.org/10.32750/2025-0302>
7. Кравчик Ю., Ткачук В., Соломко Д., Іванов М. Розвиток підприємств торгівлі на місцевому рівні зі застосуванням інструментів цифрового маркетингу. Development service industry management. 2023. № 4. С. 48-53. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-4\(7\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-4(7))
8. Лагута Я. М. Інноваційний розвиток підприємства як стратегічна категорія в контексті забезпечення сталого розвитку. Сталий розвиток економіки. 2025. № 6(57). С. 205-211. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-57-27>
9. Паляниця В. Розвиток підприємництва: інноваційні стратегії та цифрова трансформація. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2024. № 2. С. 219-225. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-328-49>
10. Почтовюк А. Б., Подшивалов І. В., Убийвовк М. В. Формування інноваційного потенціалу підприємства в контексті експортно-орієнтованої стратегії забезпечення економічної безпеки національного господарства: теоретичні підходи. Економіка та суспільство. 2025. Вип. 82. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-82-103>
11. Райтер Н. І., Мацьків Г. В. Особливості здійснення підприємницької діяльності в торгівельній галузі. Ефективна економіка. 2024. № 8. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.8.57>
12. Риннок автозапчастин в Україні: сегментація та фактори впливу. 2023. URL: <https://proconsulting.ua/ua/pressroom/rynok-avtozapchastej-v-ukraine-segmentaciya-i-factory-vliyaniya>
13. Сохаська О. М., Завгородня О. О. Інновації та технологічний розвиток у секторі торгівлі в Україні: потенціал та перешкоди. Актуальні питання економічних наук. 2024. № 1. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13297130>
14. Чижевська М. Б., Скрильник А. С., Григор'єва О. В. Економіка знань як фактор інноваційного розвитку торговельних підприємств: управлінські механізми та цифрові інструменти. Економіка та суспільство. 2026. Вип. 85. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-85-119>

15. Щомісячні опитування підприємств України. Квітень 2026. Національний банк України. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Business_survey_m_2026_04.pdf?v=17

References:

1. Avtobiznes v Ukraini u 2025 rotsi: rezultaty opytuvannya AvtoNova-D [Auto business in Ukraine in 2025: results of the AutoNova-D survey]. <https://autonovad.ua/index.html?id=news&category=9&nid=1585>
2. Bordaiev, V. V. (2025). Stratehichne zabezpechennia innovatsiinoho rozvytku eksportoorientovanykh pidpryiemstv v umovakh hlobalnoi konkurentsii [Strategic support for innovative development of export-oriented enterprises in the context of global competition]. *Academic Visions*, (45). <https://doi.org/10.5281/zenodo.16751435> [in Ukrainian].
3. Davymuka S. A., Fedulova L. I., Popadynets N. M. ta in. (2016). Innovatsiinyi rozvytok pidpryiemstv sfery torhivli: svitovi tendentsii ta praktyka v Ukraini [Innovative development of trade enterprises: global trends and practice in Ukraine]. Lviv : DU «Instytut rehionalnykh doslidzhen imeni M. I. Dolishnoho NAN Ukrainy». [in Ukrainian].
4. Kovalchuk, A. M., Safonik, N. P., & Shchepina, T. H. (2025). Potentsial vykorystannia instrumentiv tsyfrovoho marketynhu v diialnosti torhovelnykh pidpryiemstv [The potential of using digital marketing tools in the activities of trade enterprises]. *Economy and Society*, (80). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-80-150> [in Ukrainian].
5. Kolisnichenko, P. T., Tereshchenko, Ye. Yu., & Shkolenko, O. B. (2025). Kontseptualnyi pidkhid do klasyfikatsii tsyfrovyykh biznes-modelei torhovelnykh pidpryiemstv [Conceptual approach to classification of digital business models of trading enterprises]. *Business Navigator*, 5(82), 35–41. <https://doi.org/10.32782/business-navigator.82-6> [in Ukrainian].
6. Koreniuk, D. S. (2025). Vplyv tsyfrovoi transformatsii na stratehichne upravlinnia ryteileramy [The impact of digital transformation on strategic management of retailers]. *European Scientific Journal of Economic and Financial Innovation*, 3(17), 24–30. <http://doi.org/10.32750/2025-0302> [in Ukrainian].
7. Kravchuk, Yu., Tkachuk, V., Solomko, D., & Ivanov, M. (2023). Rozvytok pidpryiemstv torhivli na mistsevomu rivni zi zastosuvanniam instrumentiv tsyfrovoho marketynhu [Development of local trade enterprises using digital marketing tools]. *Development Service Industry Management*, (4), 48–53. [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-4\(7\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-4(7)) [in Ukrainian].
8. Lahuta, Ya. M. (2025). Innovatsiinyi rozvytok pidpryiemstva yak stratehichna katehoriia v konteksti zabezpechennia staloho rozvytku [Innovative development of the enterprise as a strategic category in the context of ensuring sustainable development]. *Sustainable Development of Economy*, 6(57), 205–211. <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-57-27> [in Ukrainian].
9. Palianytsia, V. (2024). Rozvytok pidpryiemnytstva: innovatsiini stratehii ta tsyfrova transformatsiia [Business development: innovative strategies and digital transformation]. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences*, (2), 219–225. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-328-49> [in Ukrainian].
10. Pochtoviuk, A. B., Podshyvalov, I. V., & Ubyivovk, M. V. (2025). Formuvannya innovatsiinoho potentsialu pidpryiemstva v konteksti eksportno-orientovanoi stratehii zabezpechennia ekonomichnoi bezpeky natsionalnogo hospodarstva: teoretychni pidkhody [Formation of the innovative potential of an enterprise in the context of an export-oriented strategy for ensuring the economic security of the national economy: theoretical approaches]. *Economy and Society*, (82). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-82-103> [in Ukrainian].
11. Raiter, N. I., & Matskiv, H. V. (2024). Osoblyvosti zdiisnennia pidpryiemnytskoi diialnosti v torhivelnii haluzi [Ecculiarities of business activity in the trade branch]. *Efficient economy*, (8). <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.8.57> [in Ukrainian].
12. Pro-Consulting. (2023). Rynok avtozapchastyn v Ukraini: sehmentatsiia ta faktory vplyvu [Automotive parts market in Ukraine: segmentation and influencing factors]. <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-avtozapchastej-v-ukraine-segmentaciya-i-factory-vliyaniya>
13. Sokhatska, O. M., & Zavhorodnia, O. O. (2024). Innovatsii ta tekhnolohichni rozvytok u sektori torhivli v Ukraini: potentsial ta pereshkody [Innovation and Technological Development in the Trade Sector in Ukraine: Potential and Obstacles]. *Current Issues of Economic Sciences*, (1). <https://doi.org/10.5281/zenodo.13297130> [in Ukrainian].
14. Chyzhevska, M. B., Skrylnyk, A. S., & Hryhorieva, O. V. (2026). Ekonomika znan yak faktor innovatsiinoho rozvytku torhovelnykh pidpryiemstv: upravlinski mekhanizmy ta tsyfrovi instrumenty [The knowledge economy as a factor of innovative development of trading enterprises: managerial mechanisms and digital tools]. *Economy and Society*, (85). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-85-119>
15. National Bank of Ukraine. (April 2026). Shchomisiachni opytuvannya pidpryiemstv Ukrainy. Kvitent 2026 [Monthly surveys of Ukrainian enterprises. April 2026]. https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Business_survey_m_2026_04.pdf?v=17

Дата надходження статті: 16.04.2026 р.

Дата прийняття статті до друку: 11.05.2026 р.

Дата публікації (оприлюднення) статті: 08.06.2026 р.

Стаття поширюється на умовах ліцензії Creative Commons Attribution License International CC-BY.