

Гринів Володимир Богданович,  
аспірант ОНП «Економіка», Львівський  
торговельно-економічний університет

Hryniw Volodymyr, postgraduate student of the National  
University of Economics, Lviv University of Trade and  
Economics, <https://orcid.org/0009-0004-3721-6574>

**ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА МОЖЛИВІСТЬ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО  
ПОТЕНЦІАЛУ ГАЛУЗІ ТОРГІВЛІ**  
**FACTORS INFLUENCE ON THE POSSIBILITY OF REALIZING THE INNOVATION AND  
INVESTMENT POTENTIAL OF THE TRADE INDUSTRY**

Гринів В. Б. Фактори впливу на можливість  
реалізації інноваційно-інвестиційного потенціалу  
галузі торгівлі. *Український журнал прикладної  
економіки та техніки*.  
2024. Том 9. № 4. С. 212 – 217.

Hryniw V. Factors influence on the possibility of  
realizing the innovation and investment  
potential of the trade industry. *Ukrainian journal  
of applied economics and technology*.  
2024. Volume 9. № 4, pp. 212 – 217.

*Статтю присвячено вирішенню актуальної науково-прикладної проблеми – аналізу факторів впливу на реалізацію інвестиційно-інноваційного потенціалу в галузі торгівлі, що дозволить чіткіше визначити інноваційні цілі економічної модернізації в процесі відбудови економічної системи з орієнтацією на глобальну конкурентоздатність. Визначено динамічний тип розвитку української галузі торгівлі, описано стимулюючі і гальмуючі чинники для активізації інвестування в торгівлі. Запропоновано модель єдності та взаємозв'язків структурних складників інноваційно-інвестиційного потенціалу галузі торгівлі. З використанням PRESTCOM-аналізу проаналізовано розподіл факторів впливу на можливості формування інноваційно-інвестиційного потенціалу галузі торгівлі. Подальші дослідження рекомендуються у напрямі аналізу складників інноваційно-інвестиційного потенціалу найважливіших для післявоєнної відбудови галузей економіки України.*

**Ключові слова:** галузь торгівлі, інноваційно-інвестиційний потенціал, структурні складники, PRESTCOM-аналіз, фактори впливу.

*The article is devoted to the solution of an actual scientific and applied problem - the analysis of influencing factors on the realization of investment and innovation potential in the field of trade, which will allow to more clearly define and formulate the innovative goals of the economic modernization of the state in the process of rebuilding the economic system, to ensure the sustainable development of trade with an orientation towards global competitiveness. The study's goal was the development and approval of the system analysis scheme of innovation and investment potential, which can be applied at all stages of its formation at the levels of individual trade enterprises and the branch level. The dynamic indicators of resource provision, added value, and turnover were analyzed to determine the type of development of the Ukrainian trade industry. Stimulating factors and inhibiting factors for activating investment in trade are described. A model of the unity and interrelationships of the structural components of the innovation and investment potential of the trade industry is proposed. Determination of the influence of external and internal factors influencing the possibility of realizing the structural components of the innovation and investment potential of the trade industry was carried out using the PRESTCOM analysis since it allows the distribution of factors by direction and degree of influence on the formation of innovation and investment potential, taking into account the probability of the occurrence of the specified event shortly. The distribution and features of influencing factors on the possibilities of forming the innovation and investment potential of the trade sector are analyzed. The methodological aspect of system evaluation consists of determining deterministic depending on the described subsystems at all stages of formation and creation of innovation and investment potential. The following studies are recommended to analyze the components of the innovation and investment potential most important for the post-war reconstruction of the branches of the Ukrainian economy.*

**Keywords:** trade industry; innovation and investment potential; structural components; PRESTCOM analysis; influencing factors.

**Вступ**

Управління інноваційним розвитком завжди ґрунтується на результатах ситуаційного аналізу низки факторів впливу та форсайтингових досліджень, хоча і передбачає стратегічну спрямованість, що зумовлено тривалим впливом нововведень на подальший розвиток суб'єкта управління. Сталий розвиток торговельної галузі передбачає обов'язкову взаємодію організаційного співіснування інвестиційного потенціалу як системи ресурсів для забезпечення інвестиційної привабливості та абсорбції капіталу з метою його розширеного відтворення та інноваційного потенціалу як здатності акумулювати ресурси для інноваційного розвитку, реалізації інноваційних проектів і результативного використання та накопичення інтелектуального капіталу. Вірне розуміння факторів впливу на реалізацію інвестиційно-інноваційного потенціалу є актуальною науково-прикладною проблемою, вирішення якої дозволить чіткіше визначити і сформулювати інноваційні цілі економічної модернізації держави в процесі відбудови економічної системи, забезпечити сталий розвиток галузі торгівлі з орієнтацією на глобальну конкурентоздатність.

Сучасне розуміння інноваційно-інвестиційного потенціалу передбачає його переосмислення з огляду на концепції сталого розвитку [9], згідно якої, як вказують О. Ніколайчук та Г. Лавроненко, соціально-економічна ефективність має ґрунтуватись на поєднанні принципів скоординованої

оптимізації матеріальних, економічних, трудових та природних ресурсів [8]. Подібної думки дотримується З. Варналій, вказуючи, що розвиток інноваційного потенціалу зумовлюється потребами ринку (попитом на зміни продуктів чи послуг) та інтелектуальною потребою людини у винахідництві [2]. Аналіз наукової літератури виявив розбіжності у визначеннях ознак та структурних складників інноваційного потенціалу Є. Грігерманом [4], W. Cohen [10], B. Dedajanov та M. Sobirov [11], F. Zilibotti [12]. Так, його складовою одні автори вважають можливість здійснення діяльності науково-технічного характеру, інші – можливість комерціалізації її результатів. Т. Наумова та інші вказують, що в умовах війни торгівля потребує орієнтації на концепцію «Retail 4.0» для формування інформаційно-аналітичного підґрунтя управлінських інновацій та органічного поєднання моделей B2B (business-to-business), B2C (business-to-consumer) та B2G (business-to-government) в гібридних мультимедійних та інтегрованих форматах торгівлі [7]. С. Боліла, аналізуючи цілепокладання торгівлі для відновлення економіки України в світлі євроінтеграційних перспектив, вказує на першочерговість розвитку цілей формування відповідального споживання, оновлення логістичних та маркетингових підходів, розвиток омніканального ритейлу, технологічних новацій персоналізації обслуговування та цифровізації управління та комунікацій, екологізації торгівлі [1]. Водночас варто погодитись із О. Зонвіре, що саме на інноваційний складник покладається завдання щодо забезпечення конкурентоспроможності [6]. На нашу думку, інноваційний потенціал визначається взаємопов'язаними фактори впливу на розробку, дифузії чи використання інновацій: правовими засадами функціонування суб'єкта управління, інформаційною, виробничою, зовнішньоекономічною та інвестиційною складовими забезпечення інноваційних процесів.

### Формулювання цілей статті

Цілі статті полягають у розробленні та апробації схеми системного аналізу інноваційно-інвестиційного потенціалу, яку можна застосовувати на всіх етапах його формування і реалізації на рівнях окремих торговельних підприємств та галузевому.

### Виклад основного матеріалу дослідження

Інноваційно-інвестиційний потенціал визначається взаємозалежними ознаками – ресурсами розвитку (фінансовими, інформаційними, матеріально-технічними, людськими тощо), можливістю їх дієвої мобілізації для функціонування системи та результативності їх реалізації в інноваційно-інвестиційних проєктах (поліпшення товарних пропозицій та технологічне вдосконалення з одночасним нагромадженням та тенденціями зростання складників потенціалу) [3]. Для визначення типу розвитку української галузі торгівлі порівнюємо динамічні показники ресурсного забезпечення (матеріальні активи за залишковою вартістю на кінець року та фонд оплати праці як вартісний вимір людських ресурсів), доданої вартості та обсягів товарообороту (роздрібний та оптовий) (табл. 1).

**Таблиця 1. Визначення типу розвитку торгівлі України у 2017–2022 рр. (млрд грн)**

Показники	Рік						Темп змін (±%) / абс. відхилення (±)
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
Матеріальні активи	116,5	124,9	181,5	116,6	127,3	132,1	13,4
Ланцюгові темпи змін, ± %		7,2	45,3	- 35,8	9,2	3,8	- 3,4 в.п.
Фонд оплати праці всіх працівників	66	88,2	101,9	110	133,2	115,8	75,5
Ланцюгові темпи змін, ± %		33,6	15,5	7,9	21,1	- 13,1	- 46,7 в.п.
Сукупні ресурси	182,5	213,1	283,4	226,6	260,5	247,9	35,8
Ланцюгові темпи змін, ± %		16,8	33,0	- 20,0	15,0	- 4,8	- 21,6 в.п.
Валова додана вартість	832,4	958,4	1057,5	1167,4	1512,3	1356,8	63,0
Ланцюгові темпи змін, ± %		15,1	10,3	10,4	29,5	- 10,3	- 25,4 в.п.
Товарооборот (у фактичних цінах)	3310,3	3814,4	4209,7	4532,5	5641,5	5520,6	66,8
Ланцюгові темпи змін, ± %		15,2	10,4	7,7	24,5	- 2,1	- 17,4 в.п.
Витрати на виробництво	363,6	424,1	504,9	571,8	892,1	823	126,3
Ланцюгові темпи змін, ± %		16,6	19,1	13,3	56,0	- 7,7	- 24,4 в.п.
Рентабельність операційної діяльності, %	18,8	23,3	25,3	16,2	17,9	17,2	- 1,6 в.п.
Ланцюгові темпи змін, ±		23,9	8,6	- 36,0	10,5	- 3,9	- 27,8 в.п.
Рентабельність усієї діяльності, %	5	11,4	16,4	3,6	14,8	3,1	- 1,9 в.п.
Ланцюгові темпи змін, ±		128,0	43,9	- 78,0	311,1	- 79,1	- 207,1 в.п.
Фінансовий результат (до оподаткування)	39,3	86,3	129,1	45,3	145,9	50,3	28,0
Ланцюгові темпи змін, ± %		119,6	49,6	- 64,9	222,1	- 65,5	- 185,1 в.п.
Частка підприємств, які отримали збиток, у загальній кількості, %	24,8	22,8	22,9	25,6	22,9	29,2	4,4 в.п.
Ланцюгові темпи змін, ±%		- 8,1	0,4	11,8	- 10,5	27,5	35,6 в.п.

*Примітка:* дані за 2017–2021 рр. наведено без тимчасово окупованої території АР Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях; дані за 2022 р. наведено без урахування тимчасово окупованих рф територій та частини територій, на яких ведуться (велися) бойові дії.

*Джерело:* систематизовано і розраховано автором за даними [5]

Виявлена нерівномірна динаміка зростання матеріальних активів на тлі незначного скорочення темпів зростання товарообороту і вагомого зниження темпів зростання витрат на виробництва не вказує однозначно на тип розвитку галузі торгівлі. Водночас попри виклики, пов'язані з функціонуванням в умовах війни, фонд оплати праці всіх працівників торгівлі зріс на 75,5%, а галузь торгівлі продовжувала активно нарощувати сукупні ресурси. Отже, з певними обмеженнями можна стверджувати, що галузь розвивається інтенсивно, а це зумовлює необхідність інноваційних рішень на рівні окремих торговельних підприємств для забезпечення розвитку у конкурентному середовищі, збереження позитивних тенденцій щодо балансу ресурсів і витрат для підтримання випереджального розвитку товарообороту.

Стимулюючими факторами для активізації інвестування в торгівлі є прибутковість і швидка окупність, а бажаний мультиплікативний ефект використання інноваційно-інвестиційного потенціалу полягає у прискоренні зростання економічних показників галузі, сприяттні високій результативності споріднених галузей і скорішій відбудові економічної системи України. Крім того, слід враховувати галузеву особливість торгівлі, що проявляється в чітко вираженому забезпеченні соціальних ефектів для суспільства і потребує дотримання принципів соціальної справедливості та екологічності. Гальмуючими чинниками є відсутність системного узгодження між науковими розробками і формами їх промислового втілення, що перешкоджає інтегруванню новаторських технологій в операційні торговельно-виробничі процеси, комунікаційні проблеми, які знижують стратегічну ефективність експерментів та недостатність фінансових ресурсів для активних пошуків віолентів.

Враховуючи специфічність завдання післявоєнного відновлення економіки, для визначення впливу зовнішніх і внутрішніх факторів впливу на можливість реалізації структурних складників інноваційно-інвестиційного потенціалу галузі торгівлі використаємо PRESTCOM-аналіз (табл. 2), оскільки він дозволяє розподілити чинники за напрямом та ступенем впливу на формування інноваційно-інвестиційного потенціалу з урахуванням ймовірності настання вказаної події у найближчій перспективі.

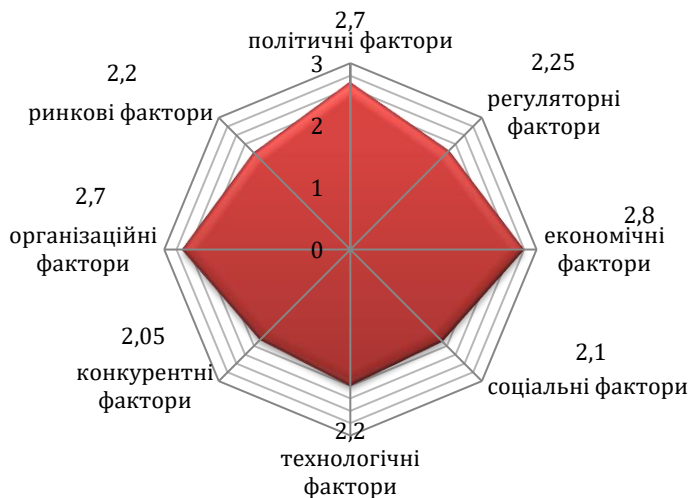
**Таблиця 2. PRESTCOM-аналіз можливостей формування інноваційно-інвестиційного потенціалу галузі торгівлі**

Група	№	Фактори	Напря впливу (+ чи -)	Ступінь впливу	Ймовірність впливу	Зважена оцінка впливу
1	2	3	4	5	6	7
Р – політичні (Political)	1.	Завершення військових дій	+	0,25	2	0,50
	2.	Міжнародна допомога у відбудові економіки	+	0,15	5	0,75
	3.	Втілення Угоди про асоціацію між ЄС та Україною	+	0,15	2	0,30
	4.	Стабільність податкового і митного законодавства	+	0,10	1	0,10
	5.	Зменшення бюрократичного тиску	+	0,25	2	0,50
Ймовірний вплив політичних факторів						2,70
R – регуляторні (Regulatory)	1.	Сприятливі зміни в законодавстві з питань регулювання торгівлі	+	0,25	2	0,5
	2.	Стимулюючі заходи з метою зростання людського капіталу	+	0,25	2	0,50
	3.	Підвищення вимог щодо стандартизації роботи у сфері торгівлі	+	0,2	4	0,80
	4.	Детінізація економіки	+	0,15	1	0,15
	5.	Підвищення рівня мінімальної заробітної плати	+	0,15	2	0,30
Ймовірний вплив регуляторних факторів						2,25
E – економічні (Economic)	1.	Покращення інвестиційної привабливості України	+	0,70	2	1,40
	2.	Зростання кількості торговельних підприємств	+	0,30	4	1,20
	3.	Зростання міжнародної конкуренції	-	- 0,15	3	- 0,45
	4.	Зростання податкового навантаження	-	- 0,05	1	- 0,05
	5.	Зростання інфляції	-	- 0,10	2	- 0,20
	6.	Підвищення рівня заробітної плати працівників торгівлі	+	0,30	3	0,90
Ймовірний вплив економічних факторів						2,80
S – соціальні (Social)	1.	Скорочення міграційних процесів	+	0,30	1	0,30
	2.	Зростання рівня купівельної спроможності	+	0,20	2	0,40
	3.	Підвищення соціальних стандартів	+	0,15	2	0,30
	4.	Популяризація освіти впродовж життя	+	0,30	3	0,90
	5.	Збільшення кількості закладів навчання персоналу	+	0,05	4	0,20
Ймовірний вплив соціальних факторів						2,10
T – технологічні (Technologica)	1.	Удосконалення бізнес-процесів організації роздрібної торгівлі	+	0,45	2	0,90
	2.	Впровадження інноваційних технологій торгівлі	+	0,40	2	0,80
	3.	Зростання техніко-технологічних торговельних потужностей	+	0,20	2	0,40
	4.	Входження іноземних конкурентів з високорозвиненими технологіями	-	0,20	1	- 0,20
	5.	Зростання популярності online-торгівлі	+	0,15	2	0,30
Ймовірний вплив технологічних факторів						2,20

Продовження табл. 2						
1	2	3	4	5	6	7
С – конкурентні (Competitive)	1.	Зростання інтенсивності конкуренції в галузі	+	0,55	2	1,10
	2.	Зростання інтенсивності конкуренції з боку малих підприємств	+	0,35	2	0,70
	3.	Зростання інтенсивності конкуренції в галузі з боку іноземних компаній	-	0,15	2	- 0,30
	4.	Зростання інтенсивності конкуренції серед постачальників	-	0,05	1	- 0,05
	5.	Зростання інтенсивності конкуренції між працівниками торговельних підприємств	+	0,30	2	0,60
Ймовірний вплив конкурентних факторів						2,05
О – організаційні (Organizational)	1.	Впровадження інноваційних методів управління персоналом	+	0,25	4	1,00
	2.	Реінжиніринг і оптимізація бізнес-процесів	+	0,15	2	0,30
	3.	Впровадження інноваційних систем розвитку людських ресурсів	+	0,30	3	0,90
	4.	Впровадження організаційних змін у структурі торговельних підприємств	+	0,20	2	0,40
	5.	Сприятливі кон'юнктурні зміни в галузі	+	0,10	1	0,10
Ймовірний вплив організаційних факторів						2,70
М – ринкові (Market)	1.	Активний розвиток ринкової інфраструктури в галузі	+	0,20	2	0,40
	2.	Диверсифікація ринків збуту	+	0,20	2	0,40
	3.	Можливості виходу вітчизняних торговельних підприємств на зовнішні ринки	+	0,20	1	0,20
	4.	Активізація розвитку online-торгівлі	+	0,30	3	0,90
	5.	Впровадження інноваційних систем розвитку людських ресурсів	+	0,10	3	0,30
Ймовірний вплив ринкових факторів						2,20

Джерело: розробка автора

Виявлено доволі рівномірний вплив усіх груп аналізованих чинників, найбільший вплив відзначено щодо економічних (загальна оцінка 2,8 бала), політичних та організаційних (по 2,7 бала) факторів, найменший – щодо соціальних (2,1 бала) та конкурентних (2,05 бала) (рис. 1), що цілком закономірно співвідноситься із загальними тенденціями розвитку галузі торгівлі України за останні роки. З високою ймовірністю виявлені тенденції у ближчому майбутньому не зазнають суттєвих трансформацій, а тому їх доцільно враховувати при інвестиційному аналізі інноваційних проєктів у галузі торгівлі в період відновлення економіки.



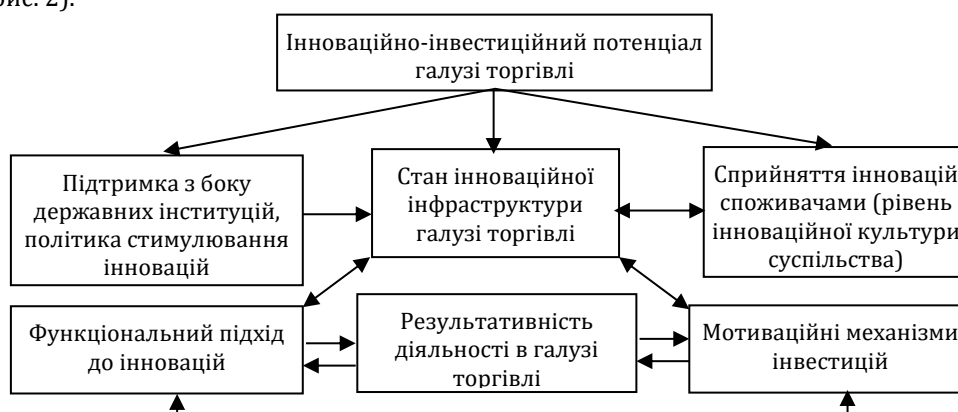
**Рис. 1. Розподіл факторів впливу на можливості формування інноваційно-інвестиційного потенціалу галузі торгівлі**

Джерело: розраховано і побудовано автором

Водночас не всі фактори мають однозначно спрямований вплив на різні структурні компоненти формування і розвитку інноваційно-інвестиційного потенціалу галузі торгівлі. Так, входження України в постіндустріальний етап суспільного розвитку спричинило до активізації інтелектуальної форми інноваційного потенціалу, що передбачає управління виробництвом і відтворенням знань в системі розвитку людських ресурсів. Водночас надмірний розвиток може призвести до міграції висококваліфікованого торгового персоналу до більш ефективних підприємств або навіть до інших галузей, що потенційно зменшує людський ресурс інноваційно-інвестиційного потенціалу, але одночасно може розглядатись як спонукальний фактор для запровадження інноваційних систем мотивації та навчання персоналу. Зростання потреб споживачів може зумовлювати активізацію інноваційних пошуків підприємств торгівлі, однак структурна перебудова соціально-економічної спрямованості торгівлі може

привести до зсувів у кваліфікаційному чи соціальному складі персоналу. Крім того, інновації, посилюючи ринкові позиції новатора, за надмірних витрат можуть погіршувати економічну безпеку торговельного підприємства. Взаємодія підприємств-новаторів з іншими підприємствами торговельної галузі є фактором кумулятивного збільшення кількості послідовників, однак цей процес може мати і зворотні наслідки зростання небезпеки втрати частки ринку через зростання конкурентного тиску, що зумовлює запровадження альтернативних, часто ризикованих інновацій для утримання ринкових позицій. Оцінюючи шляхи дифузії інновацій в торгівлі, можна виділити напрям розширення, який ґрунтується на критичній масі інноваційних ідей і технологій, зумовлюючи створення інноваційних ланцюгів, та напрям концентрації, коли процеси створення, впровадження чи дифузії інновацій з урахуванням якісних змін зовнішнього середовища призводять до безперервної якісної трансформації підприємства-новатора.

Розвиток радикальних інновацій (попри їх ризикованість для інвестиційного забезпечення) може стати основним джерелом економічного зростання галузі торгівлі у період відновлення економіки, формуючи довкола підприємства-новатора інноваційні кластери вторинних нововведень. Таким чином, розвиток інноваційного потенціалу галузі торгівлі може сприяти покращенню макроекономічних умов для інвестування у нововведення, усунуванню структурних деформацій в економіці та стабілізації економічної безпеки держави на етапі відновлення економіки. Підсумовуючи, візуалізуємо власне бачення єдності та взаємозв'язків структурних складників інноваційно-інвестиційного потенціалу галузі торгівлі (рис. 2).



**Рис. 2. Структурні складники інноваційно-інвестиційного потенціалу галузі торгівлі**

*Джерело: розроблено автором*

Запропонована модель визначає напрями взаємозв'язків складників, кожен з яких характеризується власним набором функціональних критеріїв інноваційності і способами їх інвестиційного забезпечення.

### Висновки та перспективи подальших розвідок

Структурні складники інноваційно-інвестиційного потенціалу галузі торгівлі доцільно диференціювати за рівнями ієрархії (держава – галузь торгівлі – торговельне підприємство – споживач) за об'єднуючими властивостями законодавчої підтримки, інноваційної політики, фінансового забезпечення, некомерційних інструментів розвитку ринку, технологічних торговельних процесів, конкурентоспроможності й доцільності нововведень та рівня ціни споживання. Механізм розвитку інноваційно-інвестиційного потенціалу включає зовнішні інструменти інституціональної надбудови (на рівнях держави та галузі) і внутрішні механізми торговельних підприємств, які спрямовані на підтримку рівноваги в системі доходів і витрат. Метою розвитку інноваційно-інвестиційного потенціалу на рівні підприємств галузі торгівлі є самозабезпечення новітніми технологіями для зростання товарообороту і прибутковості, на галузевому рівні – поширення ресурсо- і енергозберігаючих технологій, на державному – розвиток вищого технологічного укладу для підтримки відбудови економіки. Методологічний аспект оцінювання системи полягає у визначенні детермінованих залежно від описаних підсистем на всіх етапах формування і створення інноваційно-інвестиційного потенціалу. Наступні дослідження рекомендуються у напрямі аналізу складників інноваційно-інвестиційного потенціалу найважливіших для післявоєнної відбудови галузей економіки України.

### Література

1. Боліла С. Ю. Інноваційні підходи та новітні технології в вирішенні завдань в сфері ритейлу як чинник досягнення конкурентних переваг. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. 2024. Вип. 20. С. 51-60. <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2024.20.6>.
2. Варналій З. С. Мале підприємництво: основи теорії і практики. Київ: Знання, 2008. 302 с.
3. Глівінська Ю. В. Системна сутність категоріальних понять механізмів інноваційно-інвестиційного потенціалу економічного розвитку. Підприємництво і торгівля. 2021. № 30. С. 17-24. <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2021-30-03>.
4. Грігерман Є. В. Інноваційно-інвестиційний розвиток: сутність та концептуальні підходи. Київський економічний науковий журнал. 2024. № 4. С. 54-60. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-765X/2024-4-7>.

5. Державна служба статистики України. URL: <https://ukrstat.gov.ua>.
6. Зонвіре О. Стратегія забезпечення конкурентоспроможності підприємств ритейлу: сутність і складові. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2020. Вип. 1 (31). С. 137-148. DOI: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/4247>
7. Наумова Т., Кирильєва Л., Лемешко Я. Трансформація ринку мережевого ритейлу України в умовах глобальних криз та війни. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 56. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-136>.
8. Ніколайчук О., Лавроненко Г. Сталий розвиток торгівлі: теоретичний аспект. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2023. № 6. С. 358-362. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-324-6-57>.
9. Про Стратегію сталого розвитку "Україна - 2020": Указ Президента України. Документ 5/2015 від 12.01.2015. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#n10>.
10. Cohen W. M. Fifty years of empirical studies of innovative activity and performance. *Handbook of the Economics of Innovation*. 2010. Vol. 1. P. 129-213.
11. Dedajanov B., Sobirov M. The essence of innovative activity and analysis indicators. *ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal*. 2021. Vol. 11. Is. 3. P. 1978-1990. DOI: <https://doi.org/10.5958/2249-7137.2021.00975.7>.
12. Zilibotti F., Koenig M., Song Z. M., Storesletten K. From Imitation to Innovation: Where Is all that Chinese R&D Going? 2020. URL: [https://www.nber.org/system/files/working\\_papers/w27404/revisions/w27404.rev0.pdf](https://www.nber.org/system/files/working_papers/w27404/revisions/w27404.rev0.pdf).

## References

1. Bolila, S. Yu. (2024). Innovatsiini pidkhody ta novitni tekhnolohii v vyriishenni zavdan' v sferi ryteylu yak chynnyk dosiahennya kontserentnykh perevah [Innovative approaches and modern technologies in solving tasks in the retail sector as a factor for achieving competitive advantages]. *Tavriyskiy naukoviy visnyk. Seriya: Ekonomika*, 20, 51-60. <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2024.20.6>
2. Varnalii, Z. S. (2008). *Male pidpriemnytstvo: osnovy teoryi i praktyky* [Small entrepreneurship: foundations of theory and practice]. Kyiv: Znannia.
3. Hlivinska, Yu. V. (2021). Systemna sutnist' kategorial'nykh poniat' mekhanizmiv innovatsiino-investytsiinoho potentsialu ekonomichnoho rozvytku [Systemic essence of categorical concepts of mechanisms of innovation-investment potential for economic development]. *Pidpriemnytstvo i torhivlia*, 30, 17-24. <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2021-30-03>
4. Hrihierman, Ye. V. (2024). Innovatsiino-investytsiinyi rozvytok: sutnist' ta kontseptsii pidkhodiv [Innovative-investment development: essence and conceptual approaches]. *Kyivskiy ekonomichnyi naukoviy zhurnal*, 4, 54-60. <https://doi.org/10.32782/2786-765X/2024-4-7>
5. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. <https://ukrstat.gov.ua>
6. Zonvire, O. (2020). Stratehiia zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv ryteylu: sutnist' i skladovi [Strategy for ensuring the competitiveness of retail enterprises: essence and components]. *Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta poslug*, 1(31), 137-148. <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/4247>
7. Naumova, T., Kyrylieva, L., & Lemeshko, Ya. (2023). Transformatsiia rynku merezhovoho ryteylu Ukrainy v umovakh hlobal'nykh kryz ta viiny [Transformation of the network retail market in Ukraine amid global crises and war]. *Ekonomika ta suspil'stvo*, 56. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-136>
8. Nikolyichuk, O., & Lavronenko, H. (2023). Stalyi rozvytok torhivli: teoretychnyi aspekt [Sustainable development of trade: theoretical aspect]. *Visnyk Khmelnyts'koho natsional'noho universytetu*, 6, 358-362. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-324-6-57>
9. Pro Stratehiu staloho rozvytku "Ukraina - 2020": Ukaz Prezydenta Ukrainy. Dokument 5/2015 vid 12.01.2015 [On the Strategy for Sustainable Development "Ukraine - 2020": Decree of the President of Ukraine. Document 5/2015, January 12, 2015]. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#n10>
10. Cohen, W. M. (2010). Fifty years of empirical studies of innovative activity and performance. In *Handbook of the Economics of Innovation* (Vol. 1, pp. 129-213).
11. Dedajanov, B., & Sobirov, M. (2021). The essence of innovative activity and analysis indicators. *ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal*, 11(3), 1978-1990. <https://doi.org/10.5958/2249-7137.2021.00975.7>
12. Zilibotti, F., Koenig, M., Song, Z. M., & Storesletten, K. (2020). From imitation to innovation: Where is all that Chinese R&D going? [https://www.nber.org/system/files/working\\_papers/w27404/revisions/w27404.rev0.pdf](https://www.nber.org/system/files/working_papers/w27404/revisions/w27404.rev0.pdf)

**Стаття надійшла до редакції 28.10.2024 р.**