

ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ТОРГІВЛЯ

DOI: <https://doi.org/10.32782/2519-884X-2024-53-16>

УДК 339.18:658

Болтянська Л. О., к.е.н., доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет

імені Дмитра Моторного

larysa.boltianska@tsatu.edu.ua

ORCID: 0000-0002-6314-4429

Лисак О. І., к.е.н., доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет

імені Дмитра Моторного

oksana.lysak@tsatu.edu.ua

ORCID: 0000-0002-6744-1471

ІНТЕГРАЦІЯ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ТА ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Анотація. У статті розглянуто значення внутрішньої торгівлі та торговельного підприємництва для економіки України. Підкреслюється їхня роль у підтримці місцевих виробників та адаптації до сучасних економічних викликів, включаючи пандемію та воєнні дії. Проведені дослідження динаміки товарообороту внутрішньої торгівлі України, проаналізовані тенденції скорочення кількості суб'єктів торговельної діяльності. Охарактеризовано та проведено аналіз сучасних інструментів сучасної торгівлі, зокрема наведені приклади використання цифрових технологій та інновацій, визначені фактори впливу на споживчий попит населення.

Ключові слова: внутрішня торгівля, підприємництво, торговельне підприємництво, роздрібна торгівля, оптова торгівля, споживчий попит, торговельна інфраструктура, цифровізація, технологічні інновації, електронна комерція.

JEL code classification: F18, L81, P47, E22

Постановка проблеми. Сучасний розвиток торгівлі та торговельного підприємництва в Україні характеризується динамічними змінами, що зумовлені впливом глобалізації, цифровізації та соціально-економічних викликів. Торгівля, як одна з найважливіших складових економіки, відіграє ключову роль у формуванні внутрішнього ринку, забезпеченні населення товарами й послугами та інтеграції країни у світову економічну систему. У той же час торговельне підприємництво виступає важливим драйвером інновацій, створення робочих місць і стимулювання регіонального розвитку.

У воєнний час ефективність торговельного бізнесу стає критично важливою для забезпечення безперервного постачання товарів і послуг, необхідних для мінімального рівня життя населення та підтримання економічної активності. В умовах війни ключовими для економіки України залишаються сільське господарство, харчова промисловість, гуртова та роздрібна торгівля, які гарантують продовольчу безпеку та задоволення базових потреб у кризовий період. У середньостроковій перспективі після війни підприємства потребуватимуть підтримки для сталого розвитку, зокрема впровадження інновацій, залучення інвестицій і адаптації до стандартів ЄС. Це сприятиме інтеграції України в європейський економічний простір та підвищенню її конкурентоспроможності на внутрішньому й зовнішньому ринках.

В умовах постійних змін ринкового середовища актуальність дослідження тенденцій у цих сферах зростає. Зокрема, зростання електронної комерції, популярність омніканальних бізнес-моделей та впровадження цифрових рішень в управління підприємствами стають визначальними факторами для підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання. Значна увага приділена інтеграції сучасних торговельних інструментів та аналізу споживчих тенденцій. Крім того, локальні підприємці стикаються з низкою проблем, щодо обмеження доступу до фінансування, адаптація до нових податкових умов та вплив військових дій, які змінюють структуру попиту й пропозиції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам державного регулювання та розвитку внутрішньої торгівлі, а також теоретичним основам її функціонування присвячено роботи таких українських учених, як В. Апопій, О. Виноградова, В. Геєць, Т. Васильців, Ю. Дайновський, Т. Лепейко, Л. Лігоненко, А. Мазаракі, В. Маргасова, Н. Ушакова. Концептуальні підходи та методологічні інструменти для ефективного розвитку торговельних підприємств висвітлені у дослідженнях М. Барни, А. Гальчинського, І. Маркіної, Б. Новицького, Н. Педченко, Б. Семака, Л. Федулової, М. Чорної. І. Маркіна та В. Вороніна, які у своїх роботах наголошують на важливості торгівлі для розвитку національної економіки, підкреслюючи її роль у створенні валової доданої вартості. Вони також аналізують можливості розвитку торговельних підприємств під впливом економічних та політичних змін. Н. Кузьо та Н. Косар розглядають особливості гуртової торгівлі в Україні, зокрема маркетингові стратегії в умовах воєнного стану. А. Кашперська, досліджуючи стан ринку роздрібною торгівлі, обґрунтовує необхідність державної підтримки та стимулювання розвитку бізнесу відповідно до сучасних вимог, що сприятиме підвищенню його ефективності та конкурентоспроможності.

У сфері торговельного підприємництва дослідження зосереджені на ролі міжнародної торгівлі при стимулюванні підприємницької активності, адаптації до викликів війни, а також інструментах підтримки бізнесу. Останні дослідження в сфері торгівлі та торговельного підприємництва зосереджені на впливі цифровізації, глобалізації та змін у поведінці споживачів на розвиток галузі. Значну увагу приділено адаптації підприємств до електронної комерції, інтеграції омніканальних стратегій, а також впливу зовнішніх викликів, таких як пандемія COVID-19 та війна, на локальні та глобальні ринки. Серед українських дослідників можна виділити роботи І. Міщук, яка аналізує розвиток внутрішньої торгівлі за умов карантинних обмежень.

Результати наукових досліджень вчених мають важливе значення для сучасного розвитку, однак ситуація на внутрішньому ринку торгівлі швидко змінюється під впливом різноманітних внутрішніх і зовнішніх чинників. Тому вивчення зазначених питань є надзвичайно актуальним і цікавим у нинішніх умовах.

Формулювання цілей статті. Стаття спрямована на висвітлення досліджень сучасних тенденцій розвитку внутрішньої торгівлі та торговельного підприємництва в Україні, передумови та систематизація факторів результативного їх розвитку на сучасному етапі, визначення ключових викликів і можливостей для вдосконалення галузі в умовах глобалізації, цифровізації та поствоєнного відновлення економіки.

Виклад основного матеріалу. Внутрішня торгівля відіграє ключову роль у розвитку економіки України, оскільки забезпечує ефективний обмін товарами та послугами між регіонами, сприяє розвитку підприємств, підтримує місцевого виробника та в загалі впливає на економічну стабільність. У часи глобальних економічних змін, зокрема через війну, внутрішня торгівля дозволяє країні зберігати самодостатність і зменшувати залежність від зовнішніх ринків, що є важливим чинником для забезпечення національної безпеки, забезпечує доступність основних товарів і послуг для населення. Однією з важливих складових є розвиток інфраструктури торгівлі, яка забезпечує зв'язок між виробниками та споживачами, стимулює конкуренцію на ринку, що веде до покращення якості товарів і зниження цін, має велике значення для збереження робочих місць, оскільки сприяє розвитку малого і середнього бізнесу.

Одночасно, торговельне підприємництво також має величезне значення для розвитку економіки, зокрема для стимулювання інновацій, створення нових робочих місць і забезпечення економічної стійкості. У зв'язку з глобалізацією, швидкими змінами в технологіях та споживчих уподобаннях, підприємці повинні швидко адаптуватися до нових умов. Це включає в себе ефективне управління ланцюгами постачання, впровадження новітніх технологій продажів та оптимізацію бізнес-процесів.

Торговельне підприємництво взаємопов'язане з внутрішньою торгівлею через важливу роль підприємців у формуванні та підтримці ринкових відносин. Взаємозв'язок даних термінів начебто очевидний. Проте, за законодавством та твердженнями українських вчених термін «торгівля» має дещо різні трактування: «торгівля – це купівля й продаж товарів», «торгівля – це сфера обігу товарів, в якій відбувається обмін продуктами праці і послугами; вид комерційної діяльності при якій шляхом укладання договору або на основі усної угоди здійснюється купівля-продаж товарів; спеціалізована галузь економіки, що формує свої доходи за рахунок діяльності по доведенню товарів до споживачів», «торгівля – це будь-які операції, що здійснюються на умовах договору купівлі-продажу, поставки та іншими цивільно-правовими договорами, які передбачають передачу прав власності на товар» [5]. Відповідно до визначення поняття «торгівля», яке міститься в науковій літературі, можна дійти до наступного трактування: торгівля – це поняття, яке охоплює весь процес товарного обігу, починаючи з виробництва та логістики і завершуючи задоволенням потреб кінцевих споживачів, може бути оптовою, роздрібною або електронною.

В той час, торговельне підприємництво – це специфічний вид господарської діяльності, метою якої є отримання прибутку за допомогою проведення товарно-грошових та торговельно-обмінних операцій [1]. Отже, можна відзначити, що торговельне підприємництво є різновид підприємницької діяльності, яке здійснюється суб'єктами господарювання в процесі купівлі-продажу товарів та супутніх послуг з метою отримання прибутку.

Торгівля та торговельне підприємництво тісно пов'язані, оскільки обидва поняття стосуються обміну товарів і послуг. Торгівля виступає як основа, що забезпечує обіг товарів між виробниками й споживачами, а торговельне підприємництво є організованою формою такої діяльності з елементами підприємницького ризику та інновацій. Проте, даним поняттям притомно багато схожого. Зокрема, в обох процесах однакові: мета – спрямованість на задоволення потреб споживачів через продаж товарів чи послуг з фінансовою вигодою; задіяні ті ж суб'єкти – виробники, посередники, продавці та покупці; об'єктом виступає обіг товарів, послуг або ресурсів; обидві сфери діють в межах законодавства та економічних правил.

Одночасно між торгівлею та торговельним підприємництвом є певні риси відмінностей (рис. 1).

Внутрішня торгівля забезпечує стабільність і різноманітність товарів на ринку, що є важливим для підприємців, які виступають основними драйверами попиту та пропозиції, забезпечуючи рух товарів та послуг між споживачами та виробниками. Торговельне підприємництво формує внутрішнє конкурентне середовище, яке стимулює зниження цін, підвищення якості та доступність товарів для широкого кола споживачів.

Таким чином, взаємодія між внутрішньою торгівлею і торговельним підприємництвом є важливою для досягнення сталого економічного розвитку, створення ефективних торговельних стратегій та підтримки бізнесу в умовах змінної економічної ситуації.

Пандемія COVID-19, а в подальшому війна в Україні значно ускладнили ситуацію, викликавши руйнування інфраструктури, розрив логістичних ланцюгів, падіння споживчого попиту, фінансові проблеми, загрози безпеці та труднощі з правовим регулюванням. Це все призвело до зменшення обсягів торгівлі, зростання цін, погіршення якості товарів і послуг, а також закриття багатьох підприємств. Дослідження свідчать, що у 2022 р. торговельною діяльністю в Україні займалися 661158 суб'єктів господарювання, чисельність яких протягом останнього десятиріччя скоротилася на 181917 од. або на 21,6 %, у т. ч. юридичних осіб – на 36403 од. або на 35,0 %, а фізичних осіб підприємців – на 145 514 од. або на 19,7 % (рис. 2).

Помітне скорочення торговельних підприємств в період 2012–2022 рр. відбулось серед суб'єктів малого підприємництва, зокрема у групі мікропідприємств, а саме – на 30203 од. або на 35,3 % [6]. Слід також зазначити, що темпи скорочення кількості середніх та малих форм торговельних підприємств за останні роки мають однакову тенденцію.



Рис. 1. Відмінні риси між торгівлею та торговельним підприємництвом

Джерело: розроблено автором

Показник товарообороту внутрішньої торгівлі є важливим індикатором економічної активності країни. Він дозволяє оцінити рівень споживчого попиту, ефективність торговельної діяльності та вплив різних чинників на економіку. Аналіз цього показника демонструє необхідність всебічного підходу до оцінки стану та розвитку внутрішньої торгівлі, що дає змогу оперативно реагувати на ринкові зміни й забезпечувати стабільний розвиток торговельної галузі. Оборот внутрішньої торгівлі України у 2022 році склав 4164577,1 млн грн, що на 2292349,3 млн. грн. більше, ніж у 2012 році. Це свідчить про зростання обороту у 2,2 рази, вказуючи на підвищення споживчої активності населення та обсягів торговельних операцій (табл. 1).

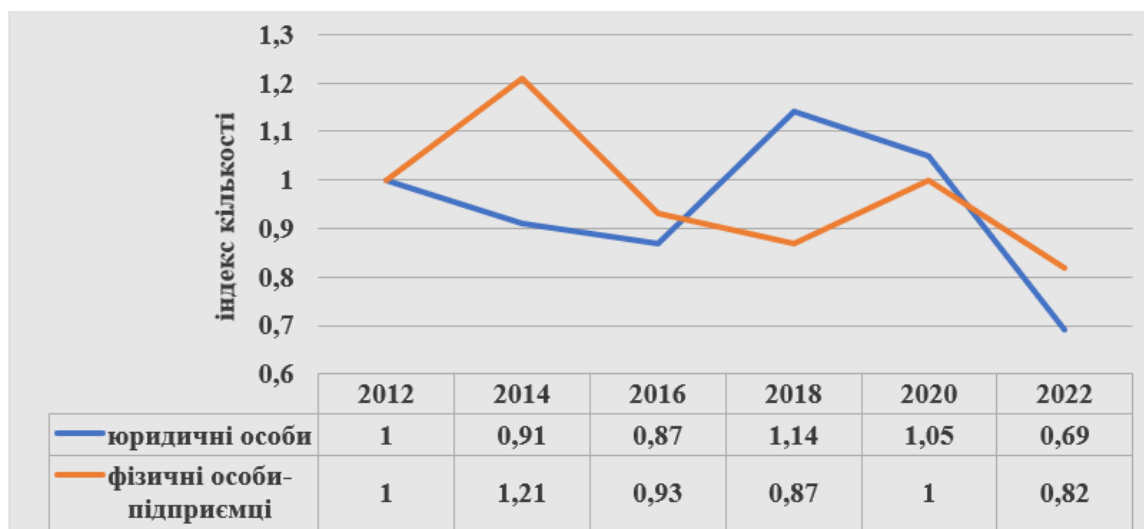


Рис. 2. Індекси кількості суб'єктів господарювання торговельної діяльності в період 2012–2022 рр.

Джерело: складено автором на підставі [6; 8]

Таблиця 1

Індекси загального обсягу товарообороту внутрішньої торгівлі України, 2012–2022 рр.

Товарооборот	Роки						Індекс 2022 р. до 2014 р.
	2012	2014	2016	2018	2020	2022	
Гуртовий товарооборот підприємств	1,0	0,90	1,57	1,42	1,11	1,12	2,53
Оборот роздрібною торгівлі	1,0	1,16	1,30	0,79	1,29	1,16	1,79
Загальний обсяг товарообороту внутрішньої торгівлі	1,0	1,01	1,44	1,15	1,16	1,14	2,22

Джерело: складено автором на підставі [8]

Подібна динаміка спостерігається у гуртовому товарообороті, який за 2012–2022 роки збільшився на 1675017,5 млн грн або у 2,5 рази, що свідчить про підвищення активності на гуртових ринках та зростання обсягів товарів через гуртову ланку. Роздрібний товарооборот у 2022 році досяг 1396268,8 млн грн, перевищивши рівень 2012 року на 617331,8 млн грн (79,2 %). Зазначимо, що зростання обсягу товарообороту спостерігався в період до 2018 р., в подальшому в час постпандемії та воєнних дій тенденція до скорочення обсягів товарообігу залишається, особливо по обігу роздрібною торгівлі країни.

Варто зазначити, що товарооборот підприємств роздрібною торгівлі та фізичних осіб-підприємців за аналогічний період також має характерну тенденцію до зростання: зокрема по підприємствам збільшення склало в 2,4 рази до показника 2012 р та 11,8% до показника 2020 р. (рис. 2). Динаміка роздрібного товарообороту ФОПів має не такі значні темпи, проте зростання в 2022 році становило 51,3 трлн грн. Це свідчить про покращання фінансових результатів підприємств роздрібною торгівлі та їхню здатність адаптуватися до змін ринку. Отже, ринок внутрішньої торгівлі України показує позитивну динаміку розвитку, що підтверджено помітним зростанням як гуртового, так і роздрібного товарообороту.

Для вирішення проблем, спричинених війною, та забезпечення конкурентоспроможності українських товарів необхідно впроваджувати комплексні заходи, зокрема відновлення інфраструктури. Ця система забезпечує ефективний обіг товарів та послуг, задоволення потреб споживачів і підтримку економічного балансу.

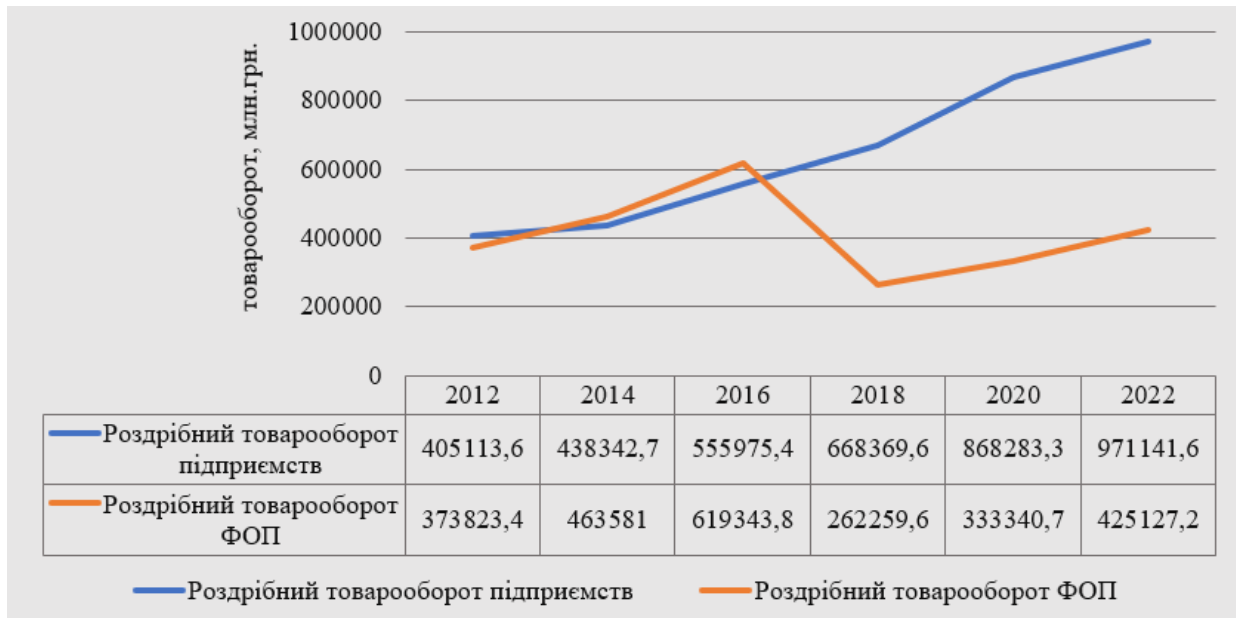


Рис. 2. Динаміка роздрібногo товарообороту підприємств та фізичних осіб-підприємців за 2012–2022 рр.

Джерело: складено автором на підставі [6; 8]

Інфраструктура внутрішньої торгівлі забезпечує ефективний обіг товарів та послуг і включає: безпосередньо самі торговельні підприємства (магазини, супермаркети, ринки, склади); логістичні центри, перевізники, складські приміщення (транспортна інфраструктура); інформаційно-комунікаційні системи, останнім часом набули поширення у вигляді платформ електронної торгівлі, CRM-системи, POS-термінали, послуги підтримки – маркетинг, реклама та консалтинг. Велику роль в інфраструктурі внутрішньої торгівлі відіграють фінансові установи, як обов'язковий елемент. Банки забезпечують платіжну інфраструктуру, кредитування бізнесу, інвестиції в розвиток логістики та розрахунково-касове обслуговування, що полегшує транзакції між учасниками торгівлі. Страхові компанії мінімізують ризики в торгівлі, забезпечуючи страхування вантажів, транспорту, об'єктів торгівлі та фінансових операцій, що забезпечує надійність інфраструктури. Кредитні організації сприяють доступу до фінансових ресурсів, надаючи кредити малим і середнім підприємствам для розширення торговельної діяльності. Разом вони створюють фінансову основу, що забезпечує безперебійну роботу інфраструктури торгівлі, сприяючи її ефективності та стабільності. Окремо маємо намір відзначити державні регулюючі органи (нормативна законодавча база, контролюючі органи та стандарти якості) – як значущий елемент інфраструктури внутрішньої торгівлі. Наявність цього елемента забезпечує відповідальність торговельних підприємств перед споживачами, покращуючи якість послуг і товарів та створюючи рівні умови для всіх учасників ринку. Важелями дотримання меж якісного обслуговування є правила ведення торгівлі, податкове законодавство, умови ліцензування та захисту прав споживачів, що створюють прозорі умови для діяльності підприємств. Через розроблені та встановлені стандарти якості продукції з'являється гарантія їх безпеки, відповідність міжнародним стандартам та як в наслідок – довіра споживачів. Захист ринку від недобросовісної конкуренції, обґрунтоване ціноутворення, перевірка якості продукції, дотриманням законодавства – це відноситься до функцій контролюючих органів.

Окрім відновлення інфраструктури, забезпечити стійкий розвиток внутрішньої торгівлі та збереження економічного потенціалу України можливо за допомогою підтримки виробництва, стабілізації фінансової системи, а також створення умов для безпеки та правового захисту бізнесу.

Будь які процеси обміну товарів і послуг відбуваються мінімум між двома учасниками. Бажання здійснити такий обмін проявляється через споживчий попит. Роль споживчого попиту в розвитку внутрішньої торгівлі непереоцінена. Він визначає обсяги продажів, попит на товари та послуги, а також стимулює підприємців до адаптації своїх пропозицій до змінюваних потреб населення. Збільшення попиту призводить до зростання обсягів виробництва та пропозиції товарів, що підтримує економічне зростання і створює робочі місця в торговельному секторі.

Останнім часом спостерігаються стрімка тенденція зміни споживчого попиту. Перевага надається онлайн-торгівлі, зростаючий попит на покупки через інтернет-магазини та маркетплейси обумовлюється завдяки зручності, доступності та економії часу. Онлайн-продажі збільшуються навіть у категоріях продуктів харчування та одягу. Відповідно до світових тенденцій зростає попит на екологічно чисті товари з екологічними сертифікатами, перероблені чи виготовлені з природних матеріалів, шириться прагнення до ведення здорового способу життя, зростає інтерес до органічних продуктів, товарів для фітнесу та здоров'я. З'явилась індивідуалізація споживання – споживачі все частіше очікують продукти або послуги, які максимально враховують їхні особисті потреби, стиль життя та вподобання, що змінює підходи до виробництва, торгівлі та маркетингу. Через інфляцію і зростання цін на товари, споживачі надають перевагу акціям, розпродажам та товарам економ-сегменту, що диктується прагненням до економії коштів. Споживчий попит стає більш усвідомленим і вимогливим до якості та етики виробництва. Всі ці зміни в уявленні споживача, які відображають споживчий попит відбуваються під впливом різноманітних чинників, а саме:

- економічні – рівень доходів визначає доступність товарів і послуг: зростання доходів стимулює попит на преміум-продукти, тоді як зниження спричиняє переорієнтацію на бюджетні варіанти; зростання цін змінює купівельну спроможність споживачів; високий рівень безробіття знижує споживчу активність;

- соціальні фактори – відбиваються через зміну цінностей та демографічні зміни. Споживачі частіше віддають перевагу етичним і екологічним продуктам (локальні, органічні), старіння населення, міграція чи зростання молодіжної аудиторії формують нові тенденції попиту різних верств населення;

- технологічні фактори – розвиток електронної комерції стимулює попит на зручні сервіси й цифрові продукти, нові товари, як смарт-пристрої, розширюють споживчі можливості;

- культурні фактори – популярність певних брендів або стилів впливає на вибір споживачів, формування попиту відбувається через маркетинг і соціальні мережі;

- політична ситуація – військові дії, санкції чи політична стабільність впливають на довіру споживачів, COVID-19 значно змінив споживчі звички, збільшивши попит на онлайн-покупки та певні групи товарів, зокрема медичні засоби та товари для дому.

Отже споживчий попит – є динамічною категорією, на яку впливають як глобальні, так і локальні фактори. Розуміння цих змін є ключовим для адаптації підприємців та розвитку ринків.

Сучасний розвиток внутрішньої торгівлі та торговельного підприємництва в Україні зумовлені впливом глобалізації, цифровізації та соціально-економічних викликів. В умовах постійних змін ринкового середовища актуальність дослідження тенденцій у цих сферах зростає. Наприклад, зростання електронної комерції, популярність омніканальних бізнес-моделей та впровадження цифрових рішень в управління підприємствами стають визначальними факторами для підвищення конкурентоспроможності. Крім того, локальні підприємці стикаються з низкою проблем, таких як обмеження доступу до фінансування, адаптація до нових податкових умов та вплив військових дій, які змінюють структуру попиту й пропозиції [7].

Цифровізація та технологічні інновації – це ключові компоненти сучасного розвитку підприємництва та торгівлі. Цифровізація передбачає перехід бізнес-процесів у цифровий формат, включаючи автоматизацію, інтеграцію цифрових технологій та використання даних для оптимізації діяльності. Технологічні інновації включають новітні рішення, які змінюють

традиційні методи ведення бізнесу, такі як використання штучного інтелекту, інтернету речей, блокчейну, хмарних технологій, електронної комерції та інші.

Поява цих ринкових компонентів змінили саму природу торгівлі. Вони забезпечують більш ефективне управління запасами, персоналізацію пропозицій для клієнтів, а також дозволяють підприємствам оперативно реагувати на зміни попиту через автоматизовані системи аналізу та прогнозування. Інтернет-магазини, мобільні платформи, електронні платежі та логістичні рішення значно спростили взаємодію з клієнтами та розширили можливості продажу.

Цифрові технології та інновації дозволяють зменшити витрати, підвищити конкурентоспроможність і розширити ринки збуту. Наприклад, впровадження CRM-систем для управління взаємовідносинами з клієнтами чи використання автоматизованих складських систем дає можливість підприємствам збільшити ефективність і знижувати операційні витрати. В свою чергу, інновації в розробці продуктів і послуг дозволяють створювати нові ніші ринку, а також зберігати клієнтів завдяки персоналізованим рішенням.

Новітні технології також стимулюють розвиток нових форм бізнесу, таких як стартапи, електронна комерція, цифрові платформи для співпраці, що відображає швидке зростання сектору онлайн-торгівлі в Україні та за кордоном. Цифровізація в торгівлі охоплює широкий спектр технологій, які трансформують процеси від взаємодії з клієнтами до управління ланцюгами постачання. Ось кілька основних прикладів цифровізації в торгівлі:

– Електронна комерція (e-commerce) – найочевидніший приклад. Платформи, як Rozetka, дозволяють здійснювати покупки онлайн, що значно зручніше для споживачів і дає бізнесу доступ до більшої аудиторії.

– Мобільні платформи та додатки, їх використання для покупок стало повсякденним явищем. Наприклад, багато роздрібних магазинів використовують свої мобільні додатки для пропонування акцій, персоналізованих рекомендацій, а також для безконтактних платежів.

– Віртуальні примірочні (Augmented Reality – AR) – технології доповненої реальності дають можливість покупцям «приміряти» одяг чи взуття, не виходячи з дому. Наприклад, ІКЕА використовує AR для того, щоб клієнти могли візуалізувати меблі у своїх кімнатах через мобільний додаток.

– Big Data та аналітика – допомагає роздрібним компаніям краще розуміти потреби споживачів. За допомогою інструментів аналітики бізнесу можуть передбачати тренди, налаштовувати маркетингові кампанії та оптимізувати запаси.

– Безконтактні та цифрові платежі – використання технологій безконтактної оплати через NFC (Near Field Communication) або мобільні гаманці (Apple Pay, Google Pay) дозволяє значно зменшити час обробки платежів і зробити покупки більш зручними для клієнтів.

Ці інновації не лише підвищують ефективність бізнесу, а й полегшують доступ до товарів і послуг для споживачів, знижуючи бар'єри для участі у ринку та збільшуючи зручність покупки.

Останнім часом торговельні підприємства все більше впроваджують технологічні інновації в торгівлі, які змінюють способи взаємодії з клієнтами, оптимізації процесів і підвищення ефективності бізнесу. Інновація – це нововведення, нова або вдосконалена продукція або технологія, отримана в результаті інноваційного процесу, найважливішою її складовою на торговельних підприємствах є вдосконалення технології торгівлі, яка являє собою сукупність робіт, що забезпечують реалізацію торгового процесу найбільш раціональними способами відповідно до конкретних господарських умов [10]. Це може включати як радикальні зміни (винаходи), так і поступові вдосконалення (оптимізація). Ось кілька прикладів технологічних інновацій:

1. Машини самообслуговування високотехнологічні термінали для самостійної оплати дозволяють скоротити час обслуговування в магазинах і супермаркетах, що робить покупки швидшими і зручнішими для клієнтів.

2. Роботизовані склади та автоматизація логістики – великі торгові мережі, використовують роботів для обробки та доставки товарів на складах. Це дозволяє зменшити витрати на логістику та підвищити швидкість виконання замовлень.

3. Інтернет речей (IoT) – в магазинах використовуються датчики для моніторингу запасів товарів, а також для збору даних про поведінку покупців. Це допомагає точніше прогнозувати потреби клієнтів і автоматично поповнювати запаси.

4. Блокчейн – технологія використовується задля прозорості ланцюгів поставок, дозволяє відстежувати походження товарів, що підвищує довіру споживачів і забезпечує надійність угод.

Ці інновації значно підвищують ефективність торгівлі, покращують досвід споживачів і допомагають підприємствам знижувати витрати та збільшувати прибуток.

Таким чином цифровізація, адаптація до глобальних трендів і вплив локальних викликів на бізнес-середовище дозволить виявити нові можливості для розвитку та запропонувати ефективні стратегії для подолання існуючих проблем.

Висновки. Внутрішня торгівля та торговельне підприємництво є ключовими елементами розвитку економіки України. Вони забезпечують ефективний обмін товарами й послугами, підтримують місцевого виробника та сприяють стабілізації економічної ситуації навіть у періоди кризи, зокрема під час пандемії та війни. Відновлення інфраструктури торгівлі, розвиток інновацій та адаптація до цифрових технологій стають основними завданнями для підтримки сталого зростання галузі. Зростання обсягів внутрішньої торгівлі, попри складні умови, демонструє позитивну динаміку, що свідчить про гнучкість ринку та активність підприємців. Водночас, значне скорочення малого й середнього бізнесу підкреслює необхідність державної підтримки, спрощення доступу до фінансування та зменшення регуляторного тиску. Торговельне підприємництво відіграє важливу роль у формуванні попиту та пропозиції, створює робочі місця та стимулює конкуренцію, що сприяє підвищенню якості товарів і послуг. Цифровізація процесів та інноваційні технології, такі як електронна комерція й автоматизація, відкривають нові можливості для підприємців, дозволяючи знижувати витрати та забезпечувати доступність продукції для широкого кола споживачів.

Таким чином, інтеграція внутрішньої торгівлі та підприємництва, підтримана інноваціями, є основою для стійкого економічного розвитку, стабільності ринку та конкурентоспроможності України на міжнародному рівні.

Список використаних джерел:

1. Балджи М.Д., Доброва Н.В., Однолько В.О., Осипова М.М. Торговельне підприємництво: навчальний посібник. Київ: Кондор, 2017. 112 с.
2. Болтянська Л.О., Тебенко В.М. Проблеми та тенденції розвитку внутрішньої торгівлі Запорізької області. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 17. С. 12–17.
3. Кашперська А.І. Ринок роздрібної торгівлі України: стан і тенденції розвитку. *Бізнес-Інформ*. 2021. № 4. С. 120–127. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2021-4_0-pages-120_127.pdf (дата звернення: 14.11.2024).
4. Кузьо Н.С., Косар Н.С. Оптова торгівля в Україні: основні тенденції розвитку та особливості маркетингових рішень суб'єктів в умовах воєнного стану. *Економіка та право*. 2022. № 3(66). С. 106–114.
5. Кулава М.К. Поняття «торгівля» та «торговельна діяльність» відповідно до законодавства України та доктрини. *Правова держава*. 2017. № 25 С. 67–71.
6. Маркович Н. Внутрішня торгівля України: сучасний стан та перспективи розвитку. *Аграрна економіка*. 2024. Т. 17(2). С. 133–140.
7. Міщук П., Луцко С.О., Стецюк О.А., Терещенко І.В. Сучасні тренди розвитку суб'єктів торговельної діяльності в умовах постковідної економіки. *Вісник ЛТЕУ. Економічні науки*. 2021. № 65. С. 13–22. <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/visnyk-econom/article/view/1028/973>
8. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 28.11.2024).
9. Трусова Н.В., Гривківська О.В., Болтянська Л.О. Організаційно-економічний механізм розвитку підприємництва на сільських територіях. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2022. № 1(46). С. 135–143.
10. Шевченко К.В., Сагер Л.Ю. Вплив інноваційних технологій на розвиток торгівлі. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/860> (дата звернення: 28.11.2024).
11. Kovalenko D., Tarasov S., Strunhar A., Boltianska L., Antonenko K. Charting paths for socio-economic revival in the wake of military turmoil. *African Journal of Applied Research*. 2024. Vol. 10(1). P. 481–494.

12. Hrytsaienko M., Hrytsaienko H., Andrieieva L. and Boltianska L. The Role of Social Capital in Development of Agricultural Entrepreneurship. *Modern Development Paths of Agricultural Production*. 2019. Ch. 3. P. 427–440.
13. Kostyk Ye., Tiuleniev S., Goi V., Kovalenko O. & Pochernina N. The National Model of the Smart Economy for Achieving the Goals of Innovative Development. *Review of Economics and Finance*. 2023. Vol. 21. P. 622–632.
14. Yavorska T., Prus U., Lysak O., Zavadskykh H. Problems and prospects for development of family households in Ukraine. *Modern Development Paths of Agricultural Production*. 2019. P. 453–468.
15. Shevchenko I., Lysak O., Zalievska-Shyshak A., Mazur I., Korotun M. & Nestor V. Digital Economy in a Global Context: World Experience. *International Journal of Professional Business Review*. 2023. Vol. 8(4).
16. Tebenko V., Kutsai N., Shashyna M., Omelianenko O. and Bakushevych I. Digital Transformation in Business: The Impact of Technology on Efficiency, Innovation and Competitiveness. *Economic Affairs*. 2024. Vol. 69. P. 307–315.
17. Yehorova O.V., Artemenko H.P. Problems of small business in Ukraine during the crown virus pandemic. *Modernization of the economy: current realities, forecast scenarios and development prospects* :Proceedings of the II International. scientific-practical conf. (April 28, 2020, Kherson). Kherson, 2020. P. 241–243.

References:

1. Baldzhy M. D., Dobrova N. V., Odnolko V. O., Osypova M. M. (2017) *Torhovelne pidpriemnytstvo: navchalnyi posibnyk*. Kyiv: Kondor, 112 p.
2. Boltianska L. O., Tebenko V. M. (2017) Problemy ta tendentsii rozvytku vnutrishnoi torhivli Zaporizkoi oblasti. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, no. 17, pp. 12–17.
3. Kashperska A. I. (2021) Rynok rozdribnoi torhivli Ukrainy: stan i tendentsii rozvytku. *Biznes-Inform*, no. 4, pp. 120–127. Available at: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2021-4_0-pages-120_127.pdf (accessed November 14, 2024).
4. Kuzo N. Ye., Kosar N. S. (2022) Optova torhivlia v Ukraini: osnovni tendentsii rozvytku ta osoblyvosti marketynhovyykh rishen subiektiv v umovakh voiennoho stanu. *Ekonomika ta parvo*, no. 3(66), pp. 106–114.
5. Kulava M. K. (2017) Poniattia «torhivlia» ta «torhovelna diialnist» vidpovidno do zakonodavstva Ukrainy ta doktryny. *Pravova derzhava*, no. 25, pp. 67–71.
6. Markovych N. (2024) Vnutrishnia torhivlia Ukrainy: suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku. *Ahrarna ekonomika*, vol. 17(2), pp. 133–140.
7. Mishchuk P., Lutsko S. O., Stetsiuk O. A., Tereshchenko I. V. (2021) Suchasni trendy rozvytku subiektiv torhovelnoi diialnosti v umovakh postkovidnoi ekonomiky. *Visnyk LTEU. Ekonomichni nauky*, no. 65, pp. 13–22.
8. 8.Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed November 28, 2024).
9. Trusova N. V., Hryvkivska O. V., Boltianska L. O. (2022) Orhanizatsiino-ekonomichni mekhanizm rozvytku pidpriemnytstva na silskykh terytoriiakh. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu (ekonomichni nauky)*, no. 1(46), pp. 135–143.
10. Shevchenko K. V., Saher L. Yu. (2021) Vplyv innovatsiinykh tekhnolohii na rozvytok torhivli. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 32. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/860> (accessed November 28, 2024).
11. Kovalenko D., Tarasov S., Strunhar A., Boltianska L., Antonenko K. (2024) Charting paths for socio-economic revival in the wake of military turmoil. *African Journal of Applied Research*, vol. 10(1), pp. 481–494.
12. Hrytsaienko M., Hrytsaienko H., Andrieieva L. and Boltianska L. (2019) The Role of Social Capital in Development of Agricultural Entrepreneurship. *Modern Development Paths of Agricultural Production*, part. 3, pp. 427–440.
13. Kostyk Ye., Tiuleniev S., Goi V., Kovalenko O. & Pochernina N. (2023) The National Model of the Smart Economy for Achieving the Goals of Innovative Development. *Review of Economics and Finance*, vol. 21, pp. 622–632.
14. Yavorska T., Prus U., Lysak O., Zavadskykh H. (2019) Problems and prospects for development of family households in Ukraine. *Modern Development Paths of Agricultural Production*, pp. 453–468.
15. Shevchenko I., Lysak O., Zalievska-Shyshak A., Mazur I., Korotun M. & Nestor V. (2023) Digital Economy in a Global Context: World Experience. *International Journal of Professional Business Review*, vol. 8(4).
16. Tebenko V., Kutsai N., Shashyna M., Omelianenko O. and Bakushevych I. (2024) Digital Transformation in Business: The Impact of Technology on Efficiency, Innovation and Competitiveness. *Economic Affairs*, vol. 69, pp. 307–315.
17. Yehorova O. V., Artemenko H. P. (April 28, 2020) Problems of small business in Ukraine during the crown virus pandemic. *Modernization of the economy: current realities, forecast scenarios and development prospects* : Proceedings of the II International. scientific-practical conf. Kherson. P. 241–243.

Boltianska L. A., PhD in Economics, Associate Professor
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University
larysa.boltianska@tsatu.edu.ua
ORCID: 0000-0002-6314-4429

Lysak O. I., PhD in Economics, Associate Professor
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University
oksana.lysak@tsatu.edu.ua
ORCID: 0000-0002-6744-1471

INTEGRATION OF DOMESTIC TRADE AND TRADE ENTREPRENEURSHIP: CHALLENGES AND PROSPECTS

Abstract. *The article examines the importance of domestic trade and commercial entrepreneurship for the economy of Ukraine. Their role in ensuring economic stability, developing entrepreneurship, supporting local producers, and adapting to modern economic challenges, including the pandemic and hostilities, is emphasized. Domestic trade ensures the circulation of goods between regions, promotes infrastructure development, and creates competition, which leads to an increase in the quality of goods and services and a decrease in prices. In the face of challenges, in particular the COVID-19 pandemic and war, this area of the economy demonstrates its importance in ensuring the country's self-sufficiency, supporting local producers, and meeting the needs of the population. Commercial entrepreneurship, as a specific type of activity focused on making a profit through commodity and monetary transactions, acts as a driving force for innovation, job creation, and the development of the domestic market. In modern conditions, trends toward digitalization and the introduction of technologies, in particular CRM systems, warehouse automation, and e-commerce, are important. Important tools of modern trade are innovations that increase the efficiency of trading enterprises and ensure the availability of services. Economic challenges, in particular inflation and unemployment, require entrepreneurs to be flexible in doing business. The impact of the war on the Ukrainian economy has led to a decrease in the number of business entities and trade volumes, but the market shows the potential for recovery due to the growth of trade. The relationship between domestic trade and entrepreneurship is a common lever of the competitive environment, market adaptation to changes in demand and promotion of innovative growth.*

Keywords: *domestic trade, entrepreneurship, trade entrepreneurship, retail trade, wholesale trade, consumer demand, trade infrastructure, digitalization, technological innovations, e-commerce.*