*А. М. Безус,
к. техн. н., доцент, доцент кафедри менеджменту,
Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ
ORCID ID: 0000-0002-0110-8369*

*М. Б. Шевчун,
асистент кафедри менеджменту,
Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ
ORCID ID: 0000-0001-6473-3121*

*П. І. Безус,
к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту та міжнародних економічних відносин,
Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського, м. Київ
ORCID ID: 0000-0002-3348-7228*

DOI: 10.32702/2306-6806.2019.5.24

ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

*A. Bezus,
Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Associate Professor Department
of Management, Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv
ORCID ID 0000-0002-0110-8369*
*M. Shevchun,
Assistant of Department of Management, Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv*
*P. Bezus,
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of Department of Management
and International Economic Relations, V.Vernadsky Tavria National University, Kyiv
ORCID ID 0000-0002-3348-7228*

PROSPECTS FOR INNOVATIVE RETAIL DEVELOPMENT IN UKRAINE

У статті досліджено особливості інноваційного розвитку підприємств роздрібної торгівлі України. Визначено фактори, що впливають на інноваційний розвиток роздрібної мережі. Проаналізовано перспективи інноваційного розвитку підприємств роздрібної торгівлі України. Рівень розвитку роздрібної торгівлі відображає загальний стан і тенденції соціально-економічного розвитку країни у цілому. Роздрібна торгівля відіграє ключову роль у задоволенні потреб населення в товарах і послугах. Нарешті, роздрібна торгівля виступає ключовим посередником між виробником товарів і послуг і кінцевим споживачем. Роздрібна торгівля як галузь капітало- та ресурсоемна є сферою, що є відносно чутливою до інноваційних технологій. Частково це пояснюється тим, що більше 50% роздрібного обороту припадає на неспеціалізовані магазини та ринки, які не мають для їх впровадження відповідних ресурсів та достатньої мотивації. Разом з тим серед інших секторів торговельної галузі саме роздрібна торгівля відрізняється найбільш

високими темпами ІТ-витрат на одиницю прибутку, що обумовлено становленням та активним розвитком сільової роздрібної торгівлі. Тому інноваційний розвиток підприємств роздрібної торгівлі необхідно розглядати як основний фактор їх конкурентоспроможності. Особливої актуальності набуває ця тема в період нестабільності зовнішнього середовища та значного скорочення доходів населення.

Еволюція ролі роздрібної торгівлі примушує ретейлерів адаптуватися до ринку та змін, що на ньому відбуваються. Проте недостатньо дослідженими залишаються питання, пов'язані з інноваційним розвитком вітчизняних роздрібних торговельних мереж. Результати досліджень свідчать про те, що найбільші інновації протягом останніх років пов'язані переважно з удосконаленням процесу продажу товарів у торговельному залі та зі збільшенням цінності бренду мережі в очах споживача. Роздрібні мережі, як правило, використовують уже перевірені ринком інноваційні рішення, адаптуючи їх до своєї бізнес-моделі. З метою оптимізації бізнес-процесів особливої актуальності для вітчизняних учасників роздрібного ринку набувають інновації, що спрямовані на зростання продуктивності праці персоналу; вдосконалення транспортної і складської логістики; поповнення і прогнозування товарного запасу; вдосконалення системи управління транспортом доставки між розподільчими центрами (РЦ), магазинами та споживачем; зниження адміністративних витрат за рахунок централізації функцій, автоматизації операцій та спрощення бізнес-процесів.

In the article the features of innovation development of enterprises of retail trade of Ukraine are investigated. The factors influencing the innovative development of the retail network are determined. The perspectives of innovation development of retail trade enterprises of Ukraine are analyzed. The level of development of retail trade reflects the general state and trends of socio-economic development of the country as a whole. Retail trade plays a key role in meeting the needs of the population in goods and services. Finally, retail trade is the key intermediary between the manufacturer of goods and services and the end user. Retail trade, both capital and resource intensive, is an area that is relatively sensitive to innovative technologies. This is partly due to the fact that more than 50% of retail sales come from non-specialized stores and markets that do not have the appropriate resources and sufficient motivation to implement them. At the same time, among other sectors of the retail industry, retail trade is characterized by the highest rates of IT expenses per unit of profit, which is due to the formation and active development of the retail network. Therefore, the innovative development of retail businesses must be seen as a key factor in their competitiveness. This topic becomes particularly relevant in the period of instability of the environment and a significant reduction in incomes.

The evolution of the role of retailing forces retailers to adapt to the market and the changes that take place there. However, issues that are related to the innovative development of domestic retail chains remain insufficiently researched. The results of the research show that the biggest innovations in recent years relate mainly to the improvement of the sales process of goods in the sales area and the increase of the brand value of the network in the eyes of the consumer. Retail networks typically use innovative solutions that have already been tested by the market, adapting them to their business model. In order to optimize business processes of particular importance for domestic retail market participants, innovations aimed at increasing productivity of personnel are gaining; improvement of transport and warehouse logistics; replenishment and forecasting of the commodity stock; Improvement of the transport delivery control system between distribution centers (RTS), stores and consumers; reducing administrative costs by centralizing functions, automating operations, and simplifying business processes.

Ключові слова: інновації, інноваційний розвиток, роздрібна торгівля, підприємство роздрібної торгівлі, фактори інноваційного розвитку.

Key words: innovation, innovation development, retail trade, retail business, innovation development factors.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Рівень розвитку роздрібної торгівлі відображає загальний стан і тенденції соціально-економічного розвитку країни у цілому. Роздрібна торгівля відіграє ключову роль у задоволенні потреб населення в товарах і послугах. Нарешті, роздрібна торгівля виступає ключовим посередником між виробником товарів і послуг і кінцевим споживачем. Роздрібна торгівля як галузь капітало- та ресурсоемна є сферою, що є відносно чутливою до інноваційних технологій. Частково це пояснюється тим, що більше 50% роздрібного обороту припадає на неспеціалізовані магазини та ринки, які не мають для їх впровадження відповідних ресурсів та достатньої мотивації. Разом з тим серед інших секторів

торгівельної галузі саме роздрібна торгівля відрізняється найбільш високими темпами ІТ-витрат на одиницю прибутку, що обумовлено становленням та активним розвитком сільової роздрібної торгівлі. Тому інноваційний розвиток підприємств роздрібної торгівлі необхідно розглядати як основний фактор їх конкурентоспроможності. Особливої актуальності набуває дана тема в період нестабільності зовнішнього середовища та значного скорочення доходів населення.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Значна кількість публікацій присвячена дослідженню інноваційного розвитку економіки, серед яких праці Й. Шумпетера, Б. Твіста, Б. Санто, П. Друкера, Ф. Ніксо-

на, Г. Менша, К. Найта, В. Александрової, А. Пригожина, А. Гальчинського. Проблеми інноваційного розвитку підприємств торгівлі досліджували автора, серед яких Лігоненко А.О., Красневич Г.А., Кавтарадзе А., Леонов Д.І., Блондо Е.

Еволюція ролі роздрібної торгівлі примушує ретейлерів адаптуватися до ринку та змін, що на ньому відбуваються. Огляд літературних джерел з досліджуваної тематики підтверджує актуальність наукових розробок з питань впровадження інноваційних процесів у діяльність роздрібних торговельних підприємств. Проте недостатньо дослідженими залишаються питання, пов'язані з інноваційним розвитком вітчизняних роздрібних торговельних мереж.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є дослідження особливостей та перспектив інноваційного розвитку підприємств роздрібної торгівлі України.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Термін "інновація" на сучасному етапі зайняв нормативну позицію, оскільки інноваціям стали приділяти увагу на національному рівні. Згідно з Законом України "Про інноваційну діяльність", інновації — "...це новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери" [1].

Аналізуючи праці вітчизняних і зарубіжних учених щодо сутності терміна "інновація", можна відзначити неоднозначність та багатоваріантність його інтерпретації. З одного боку, інновацію трактують як певну діяльність. Термін "новація" від латинського *novatio* означає "оновлення", тобто процес. З іншого боку, інновацію розглядають не як дію, спрямовану на досягнення певного результату, а як сам результат — нововведення [2].

Інноваційний розвиток має комплексний характер і ґрунтується на системі чинників і умов, які забезпечують його здійснення, тобто на інноваційному потенціалі [3].

М.Є. Рогоза та К.Ю. Вергал [2, с. 9] зазначають, що нині можна виокремити три основні підходи до розгляду поняття "інноваційний розвиток" і особливості його протікання, формування та управління. На їх думку, перший підхід — макроекономічний, його прихильники (Н. Краснокутська, І. Циглик, С. Кропельницька, О. Мозіль, І. Ткачук) отожднюють інноваційний розвиток із науково-технічним прогресом, вказуючи при цьому на його екзогенний характер.

Другий підхід — із позиції реалізації накопичених потенційних інноваційних можливостей, вказує на його залежність від ресурсозабезпеченості й інноваційний розвиток, на думку П. Завліна, С. Іляшенко, В. Баранчєєва, являє собою сукупність нових методів, засобів і напрямів реалізації інноваційних можливостей підприємства. Прихильники третього підходу (Н. Заварна, Н. Поповенко, В. Стадник, М. Йохна, А. Фонотов) розглядають інноваційний розвиток як процес систематичних реалізацій нововведень і розділяють його на складові, що відповідають етапам роботи щодо пошуку, розробки та реалізації нововведень на підприємстві. Цей підхід спирається на такі поняття, як інноваційна діяльність, інноваційний процес, що дозволяє сформулювати основні інструменти управління, які визначені в інноваційному менеджменті.

Сучасні економічні умови вимагають інтенсивної інноваційної діяльності, ефективної організації досліджень та розробок, нововведень, зниження інноваційних ризиків, стратегічного управління в інноваційній діяльності кожного підприємства. Реалізація іннова-

ційної діяльності є одним з основних чинників конкурентоспроможності продукції, забезпечує ефективність використання виробничих ресурсів, підвищує ступінь адаптованості підприємств до зовнішнього середовища, розширює його можливості щодо виходу на нові ринки продукції, створює умови довгострокової стабільності [4].

Відзначимо, що інноваційний розвиток роздрібно-го торговельного підприємства — це механізм формування відповідної інноваційної атмосфери, впровадження нових технологій, нових товарів або послуг, що дозволяє реалізувати конкурентні переваги підприємства, досягти поставленої мети та задовольнити потреби споживачів на основі підвищення інноваційного потенціалу підприємства торгівлі.

Розглянемо основні види інновацій, які можуть бути реалізовані на підприємства роздрібної торгівлі України. Враховуючи взаємозв'язок конкурентоспроможності та інноваційних технологій, а також ринкову, споживчу спрямованість торгівлі, конкурентна перевага сучасного торгового підприємства являє собою концентрований прояв переваги інноваційного підходу в стратегії та тактиці бізнесу (маркетингової, економічної, технологічної, організаційної та інших сферах діяльності) з метою більш ефективного задоволення потреб покупців.

Досліджуючи інновації торгових підприємств, можна виділити такі види [5, с. 89]:

- товарні інновації;
- організаційно-економічні інновації;
- фінансові інновації;
- інформаційно-технологічні інновації.

До числа товарних інновацій відносять нововведення, які стосуються маркетингових і логістичних заходів щодо просування на споживчому ринку товарів і послуг, у тому числі з новими споживчими властивостями, комодізацію товарного асортименту, мерчендайзинг, категорійний менеджмент, організацію продаж товарів під власними марками торгових мереж.

До числа організаційно-економічних інновацій віднесені нововведення, пов'язані з участю вітчизняних торговельних мереж в стратегічних альянсах, їх регіональною та міжнародною експансією, переходом до мультиформатності, вдосконаленням логістичної інфраструктури, ребрендингом мережі.

Під фінансовими інноваціями у сфері роздрібної торгівлі розглядаються нововведення, пов'язані з виходом торгових мереж на вітчизняний та глобальний фінансовий ринок з метою залучення додаткових інвестицій для свого розвитку, у тому числі для здійснення регіональної та міжнародної експансії.

До інформаційно-технологічних інновацій віднесені нововведення, що передбачають використання в торгівлі сучасних інформаційних продуктів і технологій штрих-кодування, радіочастотну ідентифікацію, POS-термінали, технології електронного обміну даними, форми і методи електронної торгівлі, системи управління взаємовідносинами з клієнтами.

Така типологія інновацій в сіткових торговельних системах досить умовна, оскільки їх реалізація на практиці досить часто зачіпає різні сфери діяльності або бізнес-процеси роздрібних торговців.

А. Лігоненко та Г. Красневич [6, с. 10] виділяють такі ключові інновації в роздрібній торгівлі:

- програмне забезпечення та обладнання для технології "вбивця черг" (англ. queue busting), що скорочує час очікування у черзі на 70 %;
- автоматизація кеш-офісу в магазині (Cash Management) — програмне забезпечення процесу обробки готівки;
- сучасні системи оптимізації використання полицного простору (наприклад, Optimal, Easy Shelf) передбачають комбінування звичайних полиць з висувними, що збільшує площу викладки товару на 15—20 %;

— для візуального мерчандайзингу був розроблений промоушн-екрани, що встановлюються в будь-якому місці торговельної зали та постійно інформують покупців про новинки та знижки;

— мікрокіоски та електронні цінники товарів допомагають покупцю швидко дізнатися ціну на товар, дату його виготовлення, термін зберігання, виробника, знижки та розташування в торговельній залі, наявність його в магазині.

Слід зазначити, що значний вплив вищевказані інновації роблять на діяльність торговельних підприємств, що реалізують спеціальні програми з підвищення ефективності їх діяльності. Так, торговельна мережа Tesco проводила ряд заходів щодо зниження енергоспоживання через застосування інноваційних технологій в обладнанні. У сучасних умовах більше 50% електроенергії в супермаркеті припадає на роботу компресорних установок, торгово-холодильного обладнання та холодильних камер. Комплексний підхід до вирішення питання енергозбереження дозволив торговельній мережі значно знизити витрати на електроенергію. До енергозберігаючих технологій (економія 20—30% в процесі експлуатації), які використовуються в сучасних моделях торгового обладнання, можна віднести:

1) скляні розсувні кришки на гірках, автоматичні нічні штормки на пристінних гірках, штормки на холодильних вітринах;

2) подвійні повітряні штормки і фронтальні на гірках;

3) енергозберігаючі та світлодіодні підсвічування, енергозберігаючі вентилятори.

За рахунок використання електронних регулюючих вентилів в торговому холодильному обладнанні замість механічних компанія досягла розрахункового енергозбереження при експлуатації об'єкта в 17—20%, з розрахунковим терміном окупності в 3 роки і розрахунковим подорожчанням (ПУ) комплексу обладнання на магазин 1200 кв. м — 10% [7, с. 172].

Застосування нової системи моніторингу BatteryBar дозволило не тільки управляти. При цьому не можна не відзначити технічні інновації, поліпшення протикрадіжного обладнання, підвищення рівня детекції захисних датчиків. Так, наприклад, у сучасних протикрадіжних системах активно застосовуються цифрові технології, що поліпшують обробку сигналу, якісно фільтруючі перешкоди. Одна з новинок останніх років — технологія, реалізована в системах System Monitor: при появі сильної перешкоди в ефірі впродовж більш ніж 30 протикрадіжна система аналізує її, запам'ятовує параметри і надалі просто перестає на неї реагувати. В умовах погіршення економічної ситуації в Україні запровадження зарубіжного досвіду використання протикрадіжних систем є досить актуальною та дасть змогу покращити роботу сітлових торгових мереж, зменшити кількість охоронців торгового залу.

Досліджуючи нематеріальні торгові інновації, відзначимо, що, як і раніше, затребуваними для роздрібних організацій залишаються програми лояльності. Володіючи гнучким механізмом налаштування, вони дають можливість досить швидко додавати нову акцію, оперативного реагувати на результати вже запущених акцій, враховуючи потреби та побажання клієнтів. Наприклад, компанія "CentrO", реалізувавши програму лояльності "CentrO - Бонус", збільшила товарообіг мережі за рахунок збільшення середньої суми чека, пов'язаного з використанням учасниками програми нарахованих їм бонусів, а також збільшила частоту відвідувань клієнтів. У даному випадку компанія "CentrO" взяла за основу стратегію побудови довгострокових відносин з клієнтами та підвищення рівня сервісу, завдяки чому і домоглася дуже хороших результатів [8, с. 14].

Важливою складовою є програми лояльності, але не тільки і не стільки з погляду аутсорсингу CRM-процесингу, скільки з точки зору замкнутого циклу управління клієнтської лояльністю, що включають

розробку стратегії, збір і зберігання клієнтської інформації, аналіз і сегментацію цих даних, формування і запуск спеціальних пропозицій з максимальною ймовірністю успіху, обслуговування клієнтів, аналіз ефективності програми. Компанія, що використовує додаток за моделлю SaaS, за відносно невеликі гроші отримує повний набір необхідних інструментів для ефективного програми лояльності, при цьому вона може не турбуватися про те, що завтра у неї щось станеться, наприклад, з сервером, на якому встановлений сам процесинг, у результаті чого клієнтам не нарахують їхні бали.

Основне завдання роздрібних мереж в умовах зниження купівельної активності — оптимізація внутрішніх бізнес-процесів. Підвищити продуктивність праці та знизити витрати на розподільному центрі можливо за рахунок використання мобільних пристроїв, підключених до інформаційної системи, наприклад, за допомогою Wi-Fi. Термінали збору даних практично повністю виключають вплив людського фактора, знижуючи, таким чином, число помилок, і оптимізують доставку товару. Один раз, налаштувавши процес, вже через 8—12 місяців підприємство почне отримувати прибуток від вкладених коштів.

Інший приклад інноваційного рішення для мережевої торгівлі — відмова від використання ваг в торговому залі. Прикасове зважування товару дозволяє скоротити чисельність персоналу в торговому залі, при цьому робота касирів сповільнюється незначно. Термін окупності цього проекту залежить від місцезнаходження магазину і зазвичай становить від трьох до шести місяців.

Безсумнівно, інтерес представляє віртуалізація — вона дозволяє знижувати витрати на обладнання та електроенергію. Також цікавий перевід користувачів з ПК на термінали. У цьому випадку вдається отримати ефект у вигляді зниження витрат на адміністрування та підтримку користувачів, на електроенергію, а також зменшення ризиків інформаційної безпеки. Технології самообслуговування покупців якщо і варто впроваджувати, то лише в тих мережах, які масово відвідують присутні покупці.

Доцільним є навести основні аспекти інноваційної діяльності, що позитивно впливають на ефективність роботи торговельних підприємств. Інновації дозволяють:

1) підвищити економічну ефективність процесу продаж, оптимізувати витрати, збільшити конкурентоспроможність організації в результаті використання бездротових і радіочастотних технологій;

2) максимізувати проінформованість покупців про товари та послуги конкретної торгової мережі;

3) підвищити продуктивність праці працівників торговельного залу;

4) покращити фінансово-економічний стан торгового підприємства;

5) збільшити прибуток та рентабельність діяльності підприємства.

Основними результатами успішної інноваційної діяльності є:

— покращення якості продукції, послуг;
— розширення асортименту продукції, послуг;
— збереження і розширення традиційних ринків збуту;

— створення нових ринків збуту;

— забезпечення відповідності сучасним правилам і стандартам торгівлі;

— скорочення витрат на заробітну плату, матеріальних витрат, енерговитрат.

На сьогодні однією з основних умов успішної організації інноваційного розвитку підприємств сфери послуг є наявність ефективної системи маркетингу та збуту. Дана система здійснює зв'язок підприємства з кінцевими споживачами з метою постійного виявлення но-

вих вимог покупців до якості обслуговування та якості реалізованих товарів і послуг.

Більша частина інновацій в сфері торгівлі з'являються в країнах з розвинутою роздрібною торгівлею — США, Західній Європі, Японії. До того ж нині інноваційний розвиток торгівлі властиво сучасним форматам торгівлі, до яких у світовій практиці відносять гіпермаркети, супермаркети, магазини "Кеш & Керрі", дискаунтери [9].

У перспективі роздрібну торгівлю чекають ще більш кардинальні зміни, пов'язані з новітніми технологіями. У списку найбільш очікуваних з них значаться: біометрична оплата допомогою відбитків пальців, отримання консультацій про товари і здійснення угоди з допомогою голографічних продавців, шопінгова соціальна мережа і організація спільних закупівель, тривимірне сканування покупця для підбору оптимального розміру одягу і взуття [5, с. 89].

Необхідно враховувати і той факт, що впровадження інновацій в роздрібну торгівлю пов'язане з певними проблемами: необхідністю дотримання соціального балансу (інновації припускають скорочення робочого часу і місць), досить високою вартістю вкладень в переобладнання магазинів, неготовністю менеджменту до кардинальної зміни в роботі.

Отже, в узагальненому вигляді напрями інноваційного розвитку підприємств роздрібною торгівлі, полягають в:

- удосконаленні або створенні нового способу надання послуги, пов'язаною з реалізацією товару;

- створенні нового способу обслуговування клієнта (покупця) при контактному та безконтактному здійсненні послуги;

- створенні торгових підприємств нового формату, що змінюють технологію процесу здійснення послуги;

- наданні для продажу нового товару, що в змозі задовольнити сучасні потреби споживача.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

В умовах економічної кризи на інноваційний розвиток підприємств роздрібною торгівлі негативний вплив здійснюють наступні фактори: нестача власних обігових коштів; низький рівень розвитку матеріально-технічної бази галузі роздрібною торгівлі; зміни в сфері оподаткування, постійне зростання акцизу, відсутність державної підтримки підприємств сфери роздрібною торгівлі.

Результати досліджень свідчать про те, що найбільші інновації вітчизняних ретейлерів протягом останніх двох років пов'язані переважно з удосконаленням процесу продажу товарів у торговельному залі та зі збільшенням цінності бренду мережі в очах споживача. Роздрібні мережі, як правило, використовують уже перевірені ринком інноваційні рішення, адаптуючи їх до своєї бізнес-моделі.

З метою оптимізації бізнес-процесів особливої актуальності для вітчизняних учасників роздрібного ринку набувають інновації, що спрямовані на зростання продуктивності праці персоналу на складах й у магазині; вдосконалення транспортної і складської логістики; поповнення і прогнозування товарного запасу; вдосконалення системи управління транспортом доставки між розподільчими центрами (РЦ), магазинами та споживачем (якщо це передбачено); зниження адміністративних витрат за рахунок централізації функцій, автоматизації операцій та спрощення бізнес-процесів.

Особливості інноваційного розвитку підприємств роздрібною торгівлі:

- використання енергозощаджуючих технологій та засобів, що обумовлено зростанням цін на енергоресурси;

- запровадження в діяльність підприємств торгівлі сучасних протикрадіжних технологій на основі використання зарубіжного досвіду;

- покращення обслуговування покупців, запровадження новітніх технологій розрахунків за здійснені покупки;

- створенні торгових підприємств нового формату, що змінюють в цілому технологію процесу здійснення послуги.

Запровадження наведених напрямків інноваційного розвитку сітєвих мереж дасть змогу підтримати конкурентоспроможність торгівлі та підвищити прибутковість діяльності підприємств роздрібною торгівлі. Актуальним є вивчення досвіду країн Західної Європи в сфері технічних інновацій в торгівлі.

Література:

1. Про інноваційну діяльність [Електронний ресурс]: Закон України. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
2. Нестеров А.В. Инновации: системный подход / А.В. Нестеров // Компетентность. — 2014. — № 6. — С. 3—13.
3. Безус А.М. Роль інноваційного розвитку у стійкості підприємства / А.М. Безус, К.В. Шафранова, П.І. Безус // Інвестиції: практика та досвід. — 2018. — № 8. — С. 22—25.
4. Bezus A.M. Development of innovative activity of Ukrainian enterprises / A.M. Bezus, K.V. Shafranov // Research: tendencies and prospects: Collection of scientific articles. — Editorial Arane, S.A. de C.V., Mexico City, Mexico, 2017. — P. 18—22.
5. Шарф А. Роль инноваций в деятельности современных торговых организаций / А. Шарф // РИСК. — 2014. — № 4. — С. 88—90.
6. Лігоненко Л.О. Інноваційний вектор розвитку торгівлі в Україні / Л.О. Лігоненко, Г.А. Красневич // Товари і ринки. — 2011. — № 1. — С. 7—14.
7. Кавтарадзе Л. Инновации в современной розничной торговле / Л. Кавтарадзе // РИСК. — 2015. — № 3. — С. 171—173.
8. Валеева Ю.С. Сущность и классификация инноваций торговых сетей / Ю.С. Валеева // Вестник Академии. — 2015. — № 3. — С. 37—40.
9. Блондо Э. Инновации в розничной торговле / Э. Блондо // Бизнес-журнал. — 2013. — № 4. — С. 12—15.

References:

1. The Verkhovna Rada of Ukraine (2002), The Law of Ukraine "About innovatsiynu diyalnist", available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (Accessed 10 April 2019).
2. Nesterov, A. V. (2014), "Innovations: a systematic approach", *Kompetentnost*, vol. 6, pp. 3—13.
3. Bezus, A.M., Shafranov, K.V. and Bezus, P.I. (2018), "The Role of Innovative Development in the Facility of the Company", *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*, vol. 8, pp. 22—25.
4. Bezus, A. and Shafranov, K. (2017), "Development of innovative activity of Ukrainian enterprises", *Research: tendencies and prospects: Collection of scientific articles*, pp. 18—22.
5. Scarf, A. (2014), "The role of innovation in the activities of modern trade organizations", *RISK*, vol. 4, pp. 88—90.
6. Lyhonenko, L.O. and Krasnenevich G.L. (2011), "Innovative vector of trade development in Ukraine", *Tovary y rynky*, vol. 1, pp. 7—14.
7. Kavtaradze, L. (2015), "Innovations in modern retail", *RISK*, vol. 3, pp. 171—173.
8. Valeeva, Yu.S. (2015), "Essence and Classification of Innovation of Retail Networks" *Vestnik Akademii*, vol. 3, pp. 37—40.
9. Blondo, E. (2013), "Innovations in retail", *Biznes-zhurna*, vol. 4, pp. 12—15.

Стаття надійшла до редакції 15.04.2019 р.