

УДК 330.34

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-1-8>**Полякова Ю.В.***доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри міжнародних економічних відносин
Львівського торговельно-економічного університету***Новосад З.Г.***кандидат фізико-математичних наук, доцент,
доцент кафедри вищої математики та кількісних методів
Львівського торговельно-економічного університету***Надь Г.О.***здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня
спеціальності “Комп’ютерні науки”
Львівського торговельно-економічного університету***Poliakova Julia***Doctor of Economics, Associate professor,
Professor of Department of International Economic Relations
Lviv University of Trade and Economics***Novosad Zoriana***PhD, Associate professor,
Associate Professor of Department
of Higher Mathematics and Quantitative Methods,
Lviv University of Trade and Economics***Nad' Gabriella***First-year (bachelor) level higher education student
specialty “Computer Science”
Lviv University of Trade and Economics*

ІННОВАЦІЇ У ТОРГОВЕЛЬНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ: ВИКЛИКИ ДЛЯ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

INNOVATIONS IN TRADING ACTIVITY: CHALLENGES FOR CONSUMER COOPERATION

АНОТАЦІЯ

Стаття призначена вивченню мети, завдань та особливостей інноваційної діяльності торговельних підприємств, що перебувають під впливом глобальних трендів та новітніх технологічних досягнень. Розглянуто детермінанти розвитку торговельних підприємств у сучасних умовах та роль інновацій у забезпеченні їхньої конкурентоспроможності. Проведено кластеризацію регіонів України за показниками розвитку торговельної галузі. Розглянуто досвід інноваційної діяльності підприємств споживчої кооперації країн-членів ЄС. Запропоновано основні етапи інноваційного розвитку підприємств споживчої кооперації. Обґрунтовано комплекс заходів, що дасть змогу розвивати та модернізувати інноваційну діяльність споживчих кооперативів в Україні та враховувати інноваційні ризики. З'ясовано види інноваційних ризиків, які слід враховувати підприємствам споживчої кооперації в умовах конкурентного середовища.

Ключові слова: торгівля, торговельна діяльність, споживча кооперація, інновація, інноваційна діяльність.

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена изучению целей, задач и особенностей инновационной деятельности торговых предприятий, находящихся под влиянием глобальных трендов и новейших технологических достижений. Рассмотрены детерминанты развития торговых предприятий в современных условиях и роль инноваций в обеспечении их конкурентоспособности. Проведена кластеризация регионов Украины по показателям развития торговой отрасли. Рассмотрен опыт инновационной деятельности предприятий потребительской кооперации стран-членов ЕС.

Предложены основные этапы инновационного развития предприятий потребительской кооперации. Обоснован комплекс мероприятий, который позволит развивать и модернизировать инновационную деятельность потребительских кооперативов в Украине и учитывать инновационные риски. Выявлены виды инновационных рисков, которые следует учитывать предприятиям потребительской кооперации в условиях конкурентной среды.

Ключевые слова: торговля, торговая деятельность, потребительская кооперация, инновация, инновационная деятельность.

ANNOTATION

The article is devoted to the study of the purpose, tasks and peculiarities of innovative activity of trading enterprises, which are influenced by global trends and the latest technological advances. The stimulation of innovative activity has a significant impact on the competitiveness of enterprises in various branches, including trade. The need to provide competitive advantages leads to the use of innovative strategies, the use of advanced innovative solutions that have both tangible and intangible origin. Insufficient level of innovative activity and utilization of innovative potential of trading enterprises leads to decrease of financial and economic activity indicators and loss of consumers, which determines the relevance of the research topic in the direction of justification of priorities and directions of innovative activity of trading sphere. Determinants of trade enterprise development related to innovative solutions and the impact of global trends are considered. Priorities of innovative development of consumer cooperative enterprises of Ukraine are highlighted. The regions of Ukraine were grouped according to indicators and trends of development of trade industry using the

cluster analysis method based on modern statistical data. The experience of the development of consumer cooperation enterprises of the EU Member States on the basis of the dynamism and innovativeness of cooperative activity, the use of modern achievements of doing business is considered. The basic stages of innovative development of consumer cooperative enterprises are offered. The complex of measures is substantiated that will allow to develop and modernize innovative activity of consumer cooperatives in Ukraine and to take into account innovative risks. Therefore, the landscape of consumer cooperation as we understand it today has been shaped by the innovations in trading activity that have helped us navigate and overcome some limiting factors of risk. This article will look at the fundamental innovations that have transformed politic of trade. The main scientific principles of the article can be used in practical activities on directions of development of consumer cooperation in Ukraine.

Key words: trade, trading activity, consumer cooperation, innovation, innovative activity.

Постановка проблеми. Інноваційна діяльність стає невід'ємною складовою частиною розвитку будь-якого виду бізнесу, зокрема і торговельної діяльності. За таких умов призначення цієї сфери набуває нового бачення, що зумовлено не лише високим рівнем задоволення потреб споживачів у якісних товарах або послугах, а й пошуком нових підходів до ведення бізнесу, вивчення прогресивного досвіду та передових інноваційних рішень. Відповідно, для успішної конкуренції на ринку підприємствам споживчої кооперації, що спеціалізуються на торговельній діяльності, необхідно генерувати та впроваджувати інноваційні ідеї, реалізовувати управлінські рішення щодо використання інноваційних технологій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним і практичним засадам розвитку суб'єктів макро- та мікрорівня на інноваційних засадах присвячені праці вітчизняних і зарубіжних учених: Ю. Бажала, Д. Белла, Р. Вернона, В. Гейця, В. Зянька, М. Кондратьєва, П. Кругмана, С. Кузнеця, Б. Санто, М. Туган-Барановського, Й. Шумпетера. Інноваційна спрямованість підприємств торговельної сфери є предметом дослідження В. Апопія, А. Безус, К. Пугачевської, С. Семіва. Вивчення тематики інноваційної діяльності підприємств споживчої кооперації започаткували зарубіжні вчені, одночасно серед наукових робіт українських науковців потрібно відзначити публікації Т. Іщейкіна [1], В. Кігель, К. Мусієнка [2], С. Яріша, А. Бугаєвської [3].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Питання, пов'язані з перспективами розвитку споживчої кооперації на інноваційних засадах та урахуванням позитивних факторів розвитку суб'єктів підприємництва зарубіжних країн у діяльності споживчої кооперації України, потребують подальших досліджень, систематизації та узагальнення досвіду формування інноваційної політики або стратегій, що ефективно застосовуються торговельними підприємствами у світовій практиці.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті полягає у здійсненні комплексного аналізу та узагальненні досвіду інно-

ваційної діяльності підприємств сфери торгівлі, у тому числі суб'єктів споживчої кооперації в різних країнах світу, розробленні пропозицій щодо реалізації управлінських рішень із впровадження інноваційних ідей у діяльність підприємств споживчої кооперації України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасна ринкова економіка характеризується досить високим ступенем динамічності та нестабільності. Для успішного існування в умовах глобальних змін підприємству необхідно використовувати сміливі та нетривіальні рішення, зокрема впроваджувати нововведення, створювати інноваційну продукцію, удосконалювати технології. Недостатня увага до вирішення питань інноваційної діяльності негативно позначається на фінансово-економічних досягненнях підприємства у довгостроковій перспективі.

Головною метою інноваційної діяльності торговельних підприємств є створення нового продукту (послуги) та максимізація прибутку від їхньої реалізації. Слід зазначити, що інновації здебільшого пов'язані із суттєвими або радикальними змінами в роботі підприємства, тому завжди містять значний ризик отримання втрат від застосування інноваційних рішень чи впровадження інноваційного продукту. На високому інноваційному потенціалі торговельної галузі наголошує К. Пугачевська, стверджуючи, що інтенсивний розвиток торговельних підприємств забезпечується не лише інвестиціями та інформатизацією бізнес-процесів, але й інноваціями, коли з'являються нові послуги, методи ціноутворення і продажів, формуються нові канали збуту, нові правові відносини із посередниками, нові методи управління персоналом [4, с. 59]. На переконання А. Безус, конкурентна перевага сучасного торговельного підприємства являє собою концентрований прояв переваги інноваційного підходу в стратегії та тактиці бізнесу з метою ефективного задоволення потреб покупців [5, с. 26]. Як бачимо, інновації у торгівлі є доволі різноманітними за призначенням і охоплюють перелік ідей, що мають матеріальне і нематеріальне втілення.

Розвиток ринкових відносин в Україні сприяв визнанню інноваційної діяльності як одного із способів життєздатності вітчизняних підприємств незалежно від форми власності та сфери їхньої діяльності на всіх стадіях життєвих циклів організацій, технологій та продуктів праці. Результативність інноваційної діяльності безпосередньо залежить від того, наскільки ретельно були проведені оцінювання та експертиза ризику та наскільки адекватно були визначені методи управління ними.

Опитування керівників компаній у 2017 році показало, що інноваційні зусилля суттєво впливають на збільшення доходів завдяки росту продажів, інноваційні компанії також є чинником залучення або відштовхування професіоналів, які вибирають місце роботи залежно від технологічного рівня компаній [6].

В інноваційній сфері успіх визначається не стільки професіоналізмом керівників та спеціалістів підприємства, скільки ефективністю їхньої взаємодії та взаєморозуміння. Натепер суттєво зросла роль горизонтальних зв'язків у процесі здійснення інновацій: концентрація лише на одному аспекті інновації суттєво збільшує ризик прийняття неадекватного рішення, яке здатне призвести до провалу ідеї. На підприємствах найбільш типовими є такі ситуації:

- ініціювання інновацій без достатнього маркетингового обґрунтування і аналізу ризиків;
- недостатня увага економічним характеристикам та моделюванню зовнішніх умов інноваційної діяльності;
- ігнорування рекламних заходів і стратегії просування нових рішень;
- розроблення інноваційних проектів без ретельного аналізу і можливих сценаріїв розвитку інноваційної діяльності;
- домінування економічних підходів у процесі прийняття рішень порівняно із іншими (соціальними, екологічними).

Отже, займаючись інноваційною діяльністю, неможливо повністю уникнути ризиків. Ефективне управління ризиками полягає у передбаченні та прогнозуванні можливих труднощів і плануванні заходів, що зменшують несприятливі наслідки. Одним із найважливіших компонентів плану управління ризиками інноваційної діяльності є їх оцінка, що характеризує не тільки можливість несприятливого розвитку подій, а й складність усунення наслідків ризикових ситуацій [7].

Детермінанти розвитку торговельних підприємств пов'язують із тенденціями, що мають не лише національний, а й глобальний рівень, зокрема збільшенням населення старшого віку,

удосконаленням технологічних процесів продажу товарів, змінами доходів споживачів, збільшенням частки екологічно налаштованих споживачів, впливом рівня їхньої освіченості. Тому стратегії задоволення споживачів повинні передбачати цінність, зручність, благополуччя, соціальну етичність, прозорість і чесність у процесі вибору та купівлі товарів [8, с. 225].

Пріоритети інноваційного розвитку підприємств споживчої кооперації України пов'язуються із використанням новітніх рішень у сфері торгівлі (понад 10 тис. магазинів по всій Україні), ресторанному бізнесі (3 тис. закладів на 180 тис. місць), виробництві (265 підприємств і цехів), готельному бізнесі (номерний фонд різних класів, що дозволяє надавати широкий спектр послуг щорічно сотням тисяч мешканців всієї України), освіті і науці, страхуванні та інших видах діяльності. Таким чином, підприємства споживчої кооперації є у всіх регіонах України.

Проведемо кластеризацію (групування) регіонів України за показниками та тенденціями розвитку торговельної галузі у 2018 році із використанням методу кластерного аналізу (пакет прикладних програм Statistica). Для дослідження використано офіційні статистичні дані, а саме: оборот роздрібною торгівлі, зміни у відсотках порівняно із попереднім періодом; роздрібний товарооборот підприємств; оптова та роздрібна торгівля, індекси фізичного обсягу роздрібною товарообороту.

Тепер розглянемо структуру кожного з кластерів. Нами було розподілено регіони за зазначеними вище критеріями на чотири групи – найвищий, високий, середній та низький рівень (табл. 1). До регіонів із найвищим та високим рівнем належать м. Київ, Дніпропетровська,

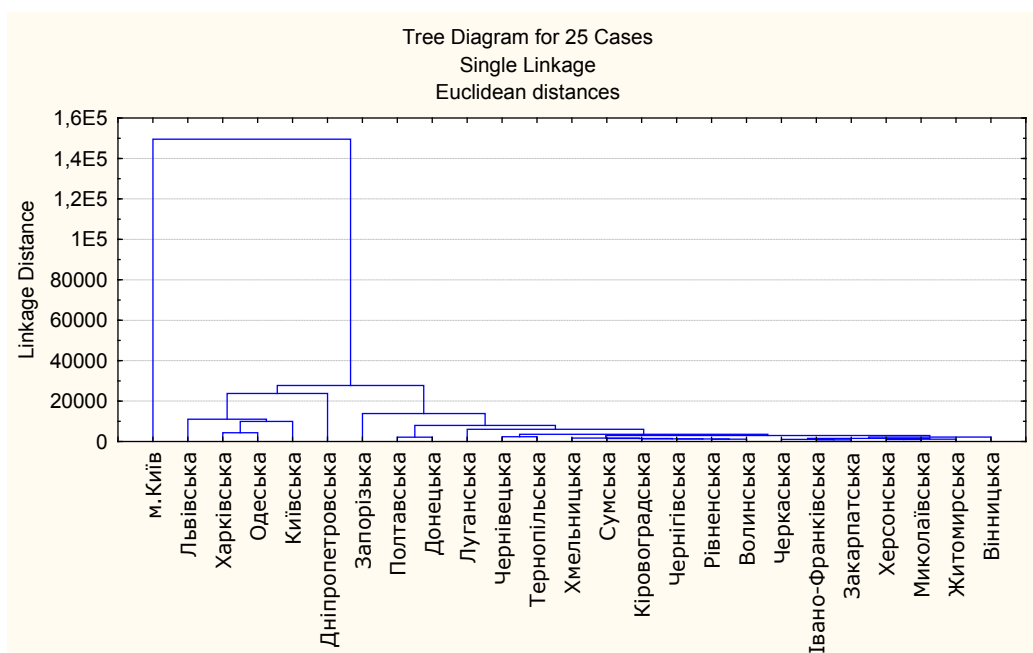


Рис. 1. Дендрограма групування регіонів України за показниками розвитку торговельної галузі

Київська, Львівська, Одеська і Харківська області. Усі інші регіони увійшли до кластеру або із середнім, або із низьким рівнем розвитку торговельної галузі.

Таблиця 1
Кластери (групи) регіонів України за показниками розвитку торговельної галузі

Кластер (група)	Структура кластера	Відстань від центру кластера
Найвищий рівень	м. Київ	0,00
Високий рівень	Дніпропетровська	9984,904
	Київська	3560,549
	Львівська	7353,127
	Одеська	964,809
Середній рівень	Харківська	1135,509
	Вінницька	1151,431
	Донецька	2229,359
	Житомирська	1450,724
	Закарпатська	2397,372
	Запорізька	8242,830
	Івано-Франківська	2258,690
	Миколаївська	1641,467
Низький рівень	Полтавська	2662,166
	Херсонська	2035,224
	Черкаська	2548,114
	Волинська	424,549
	Кіровоградська	1129,206
	Луганська	4322,908
	Рівненська	831,591
	Сумська	1773,584
Тернопільська	1862,656	
	Хмельницька	2076,699
	Чернівецька	1040,453
	Чернігівська	1342,652

Сучасні світові інноваційні тренди демонструють запровадження прогресивних цифрових технологій, спрямованих на залучення значної чисельності клієнтів, і охоплюють такі нововведення, як віртуальна навігація по об'єктах торгівлі, відстеження фінансового ліміту покупок, сортування товарів за допомогою робототехніки, тренд купівлі без черг [9].

Якщо розглянути особливості кооперативного руху у розрізі окремих країн, то можна простежити, що Швеції, наприклад, притаманна динамічність та інноваційність кооперативної діяльності, а також використання сучасних досягнень ведення бізнесу. Загалом споживча кооперація у Швеції побудована на системі самообслуговування та мережах супермаркетів. Споживчі кооперативи також є провідними експортерами заморожених продуктів, а кооперація входить до першої десятки найбільш відомих торговельних компаній країни.

Швейцарія характеризується так званим "некласичним розвитком" споживчої кооперації, коли розширення діяльності відбувалося шляхом відкриття нових магазинів і системи самообслуговування. Кооперативні організації досягли успіху в своїй діяльності завдяки концентрації та укрупненню споживчих товариств, спрямованих на створення єдиних цільових організацій.

Попри помітні здобутки у розвитку кооперативного руху, негативний досвід у організації

кооперативної діяльності демонстрували Франція та Німеччина через слабе управління, невміння організувати бізнес, втрату соціальної ролі організацій, відсутність доступної інформації та ін. Проте основними рисами кооперативної діяльності країн ЄС продовжують залишатися диверсифікація та індустріалізація, ринкова конкурентоспроможність, реалізація різноманітних функцій, активізація інноваційної діяльності, значні обсяги підприємницької діяльності, експортна орієнтація та державне стимулювання розвитку.

Процес реалізації інноваційних ідей рекомендується здійснювати у декілька етапів. По-перше, аналіз інноваційної діяльності на підприємствах споживчої кооперації має таку послідовність:

- аналіз результатів інноваційної діяльності за попередній період;

- оцінювання різноманітних чинників, що впливають на результати інноваційної діяльності;
- моделювання взаємозв'язку між ефективністю інноваційної діяльності та впливом чинників зовнішнього і внутрішнього походження.

По-друге, для активізації інноваційної діяльності підприємств споживчої кооперації потрібно:

- визначити потреби в інноваційних нововведеннях;

- провести аналіз альтернативних сценаріїв (збір інформації та попередній вибір нововведень);

- обґрунтувати управлінське рішення із запровадження інновацій (формування організаційно-економічного механізму);

- вибрати інноваційні зміни на підприємстві (корпоративно-технологічна взаємодія, інформаційно-правове забезпечення);

- оцінити ефективність впровадження інновацій (оцінка ризиків, фінансове моделювання, стратегічне планування).

По-третє, процес реалізації управлінських рішень із впровадження інновацій на підприємствах споживчої кооперації передбачає: безпосереднє запровадження інновацій; коригування інноваційних нововведень та їх інституціоналізацію у торговельній мережі.

По-четверте, проведення моніторингу ефективності управління інноваційною діяльністю та встановлення зворотного зв'язку.

Для визначення основних шляхів та перспективних напрямів розвитку інноваційного потенціалу підприємств споживчої кооперації в умовах конкурентного середовища слід враховувати такі види інноваційних ризиків, як:

- зовнішні, що пов'язані із макро- (політичні, загальноекономічні, інфляційні, кредитні, податкові, правові, соціально-демографічні, екологічні, структурні ризики) та мікросередовищем (споживчий, конкурентний, кон'юнктурний, інвестиційний, посередницький); ризики, що впливають із регіональних особливостей функціонування;

- внутрішні, що мають фінансове (ризик неплатоспроможності та зниження фінансової стій-

кості підприємства, ризик фінансування проекту, процентний або валютний ризик), функціональне (ризик учасників проекту, управлінський ризик), комерційно-ринкове, маркетингове, структурно-операційне, управлінське (адміністративний та кадровий) або юридичне походження. Слід також мати на увазі, що у складі обох груп ризиків можуть виникати виклики так званого форс-мажорного походження.

Удосконалення розвитку інноваційної діяльності підприємств торгівлі неможливе без використання сучасних досягнень науки і техніки, втілених у нові технології, продукти, засоби комунікацій, нові методи управління, нові види сервісу. Інноваційна діяльність дасть змогу забезпечити стійке економічне зростання фінансово-господарських показників і уникнути збитків. Як показують дослідження, від 30% до 40% торговельних підприємств в Україні протягом декількох років є збитковими. Причому заслугою на увагу той факт, що отримані збитки за перший період визначають спрямованість фінансових результатів торговельних підприємств практично за всіма напрямками роздрібної торгівлі, крім торгівлі фармацевтичними, медичними, парфумерними та косметичними товарами [10].

Розроблення інноваційного продукту завжди пов'язане з підвищеними ризиками, насамперед із комерційними. За оцінками, усього 20% новинок досягають ринкового успіху. Як правило, найбільш успішними є товари або послуги, що виникли в результаті незадоволеної потреби ринку. Варто відзначити важливість і актуальність проблеми інноваційного розвитку в період циклічних криз. Досвід іноземних країн показує, що навіть у такий період підприємства намагаються не згортати перспективні інноваційні проекти, щоб пом'якшити негативні соціально-економічні наслідки.

Споживча кооперація відіграє багато різноманітних функцій у національній економіці країн ЄС, передусім у економічній та соціальній сферах. Вони стосуються розв'язання проблем безробіття на ринку праці, зниження рівня міграції трудових ресурсів, підвищення професійного рівня менеджерів, здійснення інвестування на основі концентрації капіталу, організації товарного обміну, формування виробничої структури, підвищення доходів населення, розвитку зовнішньоекономічних зв'язків.

Серед форм підтримки кооперації у країнах-членах ЄС виділяють такі, як: оплата праці фахівців кооперативних організацій; співробітництво з кооперативними організаціями на ринках; законодавчо-інституційна підтримка; участь у зміцненні матеріально-технічної бази; фінансування складування продукції; інформаційно-консультаційне забезпечення. Розвиток кооперації України перебуває від впливом тенденцій, що відбуваються у міжнародному та європейському кооперативному русі, серед них – проникнення кооперації у нові сфери ді-

яльності людства, розвиток багатофункціональних кооперативів, поживлення підприємницької активності у фінансовій сфері, збільшення обсягів діяльності та зростання ролі міжнародної співпраці.

Тому Україні слід враховувати досвід та адаптовувати кращі приклади європейської практики інноваційної діяльності для підвищення конкурентоспроможності підприємств споживчої кооперації на внутрішньому ринку та перспективних ринках країн-членів ЄС, зокрема, використовуючи можливості, що передбачені Угодою про Асоціацію між Україною та ЄС.

Висновки. Успіх діяльності торговельних підприємств пов'язується із реалізацією інноваційних рішень. Сучасні нововведення у торгівлі зумовлені досягненнями науково-технічного прогресу і розвитком інформаційних технологій та сфери управління. Підприємства споживчої кооперації функціонують у різних галузях, зокрема у торгівлі та ресторанно-готельному бізнесі, і представлені у всіх регіонах України. Реалізацію інноваційних ідей підприємствами споживчої кооперації слід здійснювати на основі попереднього аналізу результатів інноваційної діяльності; визначення потреби у інноваціях та розроблення альтернативних варіантів; запровадження та коригування інновацій; проведення системного моніторингу ефективності прийнятих рішень та урахування низки системних ризиків. Європейські кооперативні підприємства надають перевагу динамічності та інноваційності діяльності, використанню сучасних досягнень ведення бізнесу. Це дає їм змогу збільшувати обсяги діяльності та підвищувати конкурентоспроможність і зумовлює доцільність використання досвіду у практиці підприємств споживчої кооперації України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Іщейкін Т.Є. Інноваційний розвиток роздрібних торговельних підприємств споживчої кооперації України: напрями та завдання. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2012. № 2(53). Ч. 1. С. 70–77.
2. Кігель В.Р., Мусієнко К.С. Ризики в інноваційній діяльності виробничо-торговельного підприємства. *Вчені записки Університету "КРОК"*. 2014. Випуск 38. С. 136–143.
3. Яріш О.В., Бугаєвська А.І. Сучасний вектор розвитку споживчої кооперації: зарубіжний та вітчизняний досвід. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2018. № 2(87). С. 70–77.
4. Пугачевська К.Й. Стратегічні напрями і тенденції інноваційного розвитку торгівлі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія "Економіка і менеджмент"*. 2015. Вип. 12. С. 58–60.
5. Безус А.М., Шевчун М.Б., Безус П.І. Перспективи інноваційного розвитку роздрібно торгівлі в Україні. *Економіка та держава*. 2019. № 5. С. 24–28.
6. Жмеренецький О. Інновації або смерть: як вижити бізнесу на тонучому кораблі. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2017/08/16/628080> (дата звернення: 15.01.2020).

7. Кузьмін О.Є., Подольчак Н.Ю., Подольчак Н.І., Вербицька Л.Г. Управління ризиками в інноваційній діяльності : навчальний посібник. Львів : *Львівська політехніка*, 2012. 240 с.
8. Дубовик Т.В., Бучацька І.О. Інноваційна спрямованість розвитку підприємств роздрібної торгівлі. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2017. № 1. С. 223–230.
9. Інноваційні тренди роздрібної торгівлі у 2019 році. URL: <https://it-rating.in.ua/nnovacyn-trendi-rozdrbno-torgvl-u-2019-roc> (дата звернення: 02.02.2020).
10. Краснокутська Н.С., Лачкова В.М. Управління комерційними ризиками підприємств роздрібної торгівлі: монографія. Харків : Вид-во ФОПТ, 2014. 145 с.

REFERENCES:

1. Ischekin T.I. (2012) Innovatsiyni rozvytok rozdribnykh torhovelykh pidpriemstv spozhyvchoi kooperatsii Ukrainy: napriamy ta zavdannia [Innovative development of retail trade enterprises of consumer cooperation of Ukraine: directions and tasks]. *Scientific Bulletin of Poltava University of Economics and Trade*, no. 2(53), part 1, pp. 70–77.
2. Kigel V.R., Musienko K.S. (2014) Ryzky v innovatsiinii diialnosti vyrobnycho-torhovelnogo pidpriemstva [Risks in innovative activity of production and trade enterprise]. *Academic notes from "KROK" University*, issue 38, pp. 136–143.
3. Yarish O.V., Bugayevskaya A.I. (2018) Suchasnyi vektor rozvytku spozhyvchoi kooperatsii: zarubizhnyi ta vitchyzniani dosvid [The modern vector of consumer cooperation development: foreign and domestic experience]. *Scientific Bulletin of Poltava Univ. Economy and Trade*, no. 2(87), pp. 70–77.
4. Pugachevskaya K.Y. (2015) Stratehichni napriamy i tendentsii innovatsiinoho rozvytku torhivli [Strategic directions and tendencies of innovative trade development]. *Scientific Bulletin of the International Humanities University. Series "Economics and Management"*, issue 12, pp. 58–60.
5. Bezus A.M., Shevchun M.B., Bezus P.I. (2019) Perspektyvy innovatsiinoho rozvytku rozdribnoi torhivli v Ukraini [Perspectives of innovative development of retail trade in Ukraine]. *Economics and the state*, no. 5, pp. 24–28.
6. Zhmerenetsky O. Innovatsii abo smert: yak vyzhyty biznesu na tonuchomu korabli [Innovation or death: how to survive a business on a sinking ship]. Available at: <https://www.epravda.com.ua/publications/2017/08/16/628080> (accessed 15 January 2020).
7. Kuzmin A.E., Podolchak N. Yu., Podolchak N.I., Verbitskaya L.G. (2012) *Upravlinnia ryzykamy v innovatsiinii diialnosti: navchalnyi posibnyk* [Risk management in innovative activity: textbook manual]. Lviv: Lviv Polytechnic. (in Ukrainian)
8. Dubovik T.V., Buchats'ka I.O. (2017) Innovatsiina spriamovanist rozvytku pidpriemstv rozdribnoi torhivli [Innovative orientation of retail trade enterprises development]. *Marketing and innovation management*, no 1, pp. 223–230.
9. Innovatsiini trendy rozdribnoi torhivli u 2019 rotsi [Innovative trends of retail trade in 2019]. Available at: <https://it-rating.in.ua/nnovacyn-trendi-rozdrbno-torgvl-u-2019-roc> (accessed 02 February 2020).
10. Krasnokutskaya N.S., Lachkova V.M. (2014) *Upravlinnia komertsiiyny ryzykamy pidpriemstv rozdribnoi torhivli: monohrafiia* [Management of commercial risks of retail enterprises: a monograph]. Kharkiv: FORT Edition. (in Ukrainian)