

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПРІОРИТЕТИ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

УДК: 658.8.339.1

Anoniy B. B.,

ORCID ID: 0003-4245-3182, Researcher ID: E-7511-2019,

*д.е.н., проф., професор кафедри підприємництва, торгівлі та логістики,
Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

Процишин О. Р.,

к.е.н., доц., доцент кафедри економіки та менеджменту, Дрогобицький національний педагогічний університет, м. Дрогобич

НОВІ ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ ТА ІННОВАЦІЙНІ ТРЕНДИ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

***Анотація.** У статті розглянуто зміст і спрямованість нових векторів розвитку торгівлі, а також домінуючі тренди в процесі модернізації торговельної системи України. Виявлено фрагментарність структурних змін, нестабільність зростання і деформації розвитку основних секторів внутрішньої торгівлі. Встановлено, що визначальний вплив на масштаби і темпи розвитку торгівлі мають наступні вектори: структурні трансформації, форматизація роздрібних мереж, диверсифікація торговельної діяльності, модернізація торгівлі на інноваційних засадах та інтернаціоналізація торгівлі. Інноваційні тренди найбільш виражено проявляються саме у роздрібній торгівлі і базуються на комп'ютерних технологіях та електронних комунікаціях. Обґрунтовано шляхи, засоби та форми інтенсивного розвитку внутрішньої торгівлі України на базі інноваційних трендів.*

Ключові слова: внутрішня торгівля, вектор розвитку, інновації, модернізація, структурні зміни, диверсифікація, комп'ютерні технології.

Аропів V. V.,

ORCID ID: 0003-4245-3182, Researcher ID: E-7511-2019,

Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Entrepreneurship, Trade and Logistics, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Protsyshyn O. R.

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Management, Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University, Drohobych

NEW VECTORS OF DEVELOPMENT AND INNOVATIVE TRENDS IN THE FIELD OF TRADE IN UKRAINE

***Abstract.** The article deals with the content and orientation of new vectors of trade development, as well as the dominant trends in the process of modernization of the Ukrainian trading system. The fragmentation of structural changes, growth instability and deformations of the main sectors of domestic trade development are revealed. It is determined that the following vectors have a decisive influence on the scale and rate of trade development: structural transformations, retail network formatting, trade diversification, modernization of trade on an innovative basis, and the internationalization of trade. Innovative trends are most pronounced in the retail sector and are based on computer technologies and e-communications. The ways, means and forms of intensive development of Ukraine's domestic trade on the basis of innovative trends are substantiated.*

Key words: domestic trade, vector of development, innovations, modernization, structural changes, diversification, computer technologies.

JEL Classification: L10; L81; M14

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2019-24-01>

Актуальність теми і постановка проблеми.

Внутрішня торгівля займає особливе місце в економічній системі і соціальній сфері України. Вона забезпечує у величезних масштабах економічний обмін і тим самим зумовлює процес суспільного відтворення, динамізує товарно-грошові відносини, розширює міжгалузеві і міжрегіональні поставки, відіграє суттєву роль у реалізації соціальної політики і забезпеченні макроекономічної динаміки.

Такий статус торгівлі об'єктивно зумовлює необхідність пошуку і впровадження нових форм організації, ефективних механізмів функціонування, прогресивних технологій, інноваційних рішень. Відповідно, суттєво актуалізується проблема наукового обґрунтування сучасних тенденцій, нових векторів розвитку та інноваційних трендів у сфері торгівлі в умовах відсутності у цьому напрямку фундаментальної наукової бази та узагальненого практичного досвіду.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічні та прикладні засади перехідного періоду як підґрунтя трансформації внутрішньої торгівлі в нових умовах застаріли. Сучасних фундаментальних досліджень у цьому напрямку мало. В наукових працях вітчизняних дослідників – Лагутіна В. Д., Чорної М. В., Ситник Н. С., Барни М. Ю., Олексин І. І., Шалевої О. І. та зарубіжних вчених: Дж. Даусон, Б. Вайц, В. Раві, М. Мунтрала, Д. Алерт – в основному розкрито інноваційні тренди, а стратегічні напрями і домінуючі вектори мало досліджено.

Постановка завдання і мета статті. Основне завдання дослідження полягає у науковому аналізі тенденцій сучасного розвитку внутрішньої торгівлі, визначенні векторів стратегічного розвитку та домінуючих інноваційних трендів.

Мета статті – обґрунтування нових векторів розвитку торгівлі, спрямованості їх впливу на характер розвитку, розкриття змісту домінуючих трендів інноваційного розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Нові вектори у сфері торгівлі визначають стратегічні пріоритети її перспективного розвитку, тому важливо насамперед з'ясувати характер розвитку торгівлі.

Узагальнюючи численні точки зору досліджень сфери товарного обігу, можна стверджувати, що для внутрішньої торгівлі розвиток - довготривалий еволюційний процес кількісного та якісного нарощування її потенціалу з метою ефективної реалізації основних функцій. Довготривалість і еволюційність характеризують процес розвитку як поступальний, динамічний, без різких змін, “шокового” характеру [1, с. 22].

Отже, сутнісна характеристика процесу розвитку сфери торгівлі розкриває багатоаспектність його змісту. Розвитку властива органічна єдність складових, тобто комплексний характер зростання, а не лише її окремих сегментів.

Теоретичний і прикладний аналіз процесу розвитку в сфері вітчизняної торгівлі показує, що:

- за своїм характером розвиток у торгівлі буває переважно екстенсивного або переважно інтенсивного типу. На сучасному етапі у внутрішній торгівлі України відбувається здебільшого екстенсивний розвиток;

- розвиток у торгівлі відбувається в умовах постійних економічних (2008-2009), соціально-політичних (2014-2015) криз, тому характеризується як нестабільний;

- процес розвитку зумовлений лише частково якісним зростанням, тому здебільшого носить фрагментарний характер.

Отже, у внутрішній торгівлі цей процес не був стійкого характеру з огляду на різні його аспекти: економічний, соціальний, організаційний і матеріально-технічний. Загрозливими для нього є відсутність ефективної торговельної політики, законодавчої бази, системи координації і регулювання; експансія імпорту і зарубіжного торговельного капіталу; поточні зобов'язання, що зростають; деформована система адміністрування торговельного бізнесу; низька конкурентоспроможність вітчизняних суб'єктів товарного ринку.

Вищезазначене вказує на доцільність аналізу векторів розвитку крізь призму позитивних змін на загальну динаміку розвитку торгівлі.

Під впливом активних стратегічних сил, ендогенних та екзогенних чинників у сфері вітчизняної торгівлі формуються різномірні вектори, з яких стратегічне значення мають наступні: структурних змін, форматизації мереж, диверсифікації торговельної діяльності, модернізації підсистем торгівлі, інтернаціоналізації торгівлі (рис. 1).

Структурні зміни в сфері торгівлі відбуваються досить інтенсивно і масштабно. Вони охоплюють організаційну, функціональну, соціальну, економічну і територіальну структури. У цьому напрямку в останні роки спостерігається ще один вектор – секторні зміни [2, с. 13].

Як відомо, внутрішня торгівля складається з двох легальних секторів – організований і неорганізований сектор та нелегального сектора – “тіньовий” (рис. 2).

Для організованого сектору характерна легітимність розвитку і функціонування об'єктів торгівлі, постійні засади впровадження торговельної діяльності, наявність організаційно-управлінських форм, систематична звітність та інші ознаки. Цей сектор переважає за кількістю юридичних осіб і мережу підприємств реального сектора економіки (АПК, промисловості, будівництва, транспорту) міністерств і відомств (Укоопспілки, Міноборони, Міноsvіти і науки, Мінохорони здоров'я та інші) і ресторанного господарства.

Другий – неорганізований сектор торгівлі характеризується зосередженням значної кількості фізичних осіб-підприємців, головним чином, на формальних ринках.

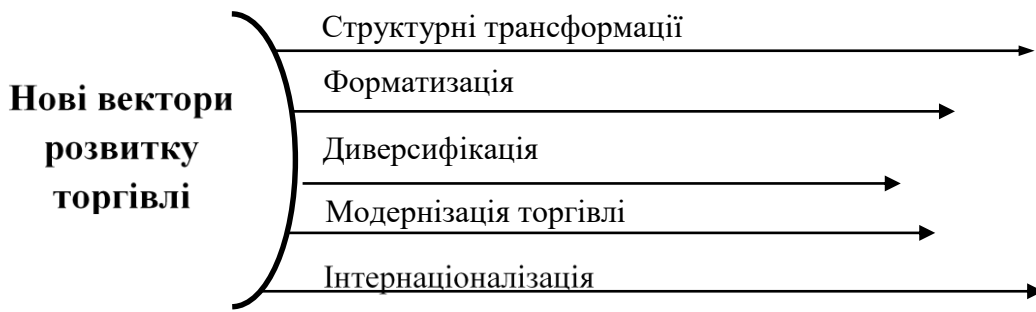


Рис. 1. Нові вектори стратегічного розвитку торгівлі в Україні

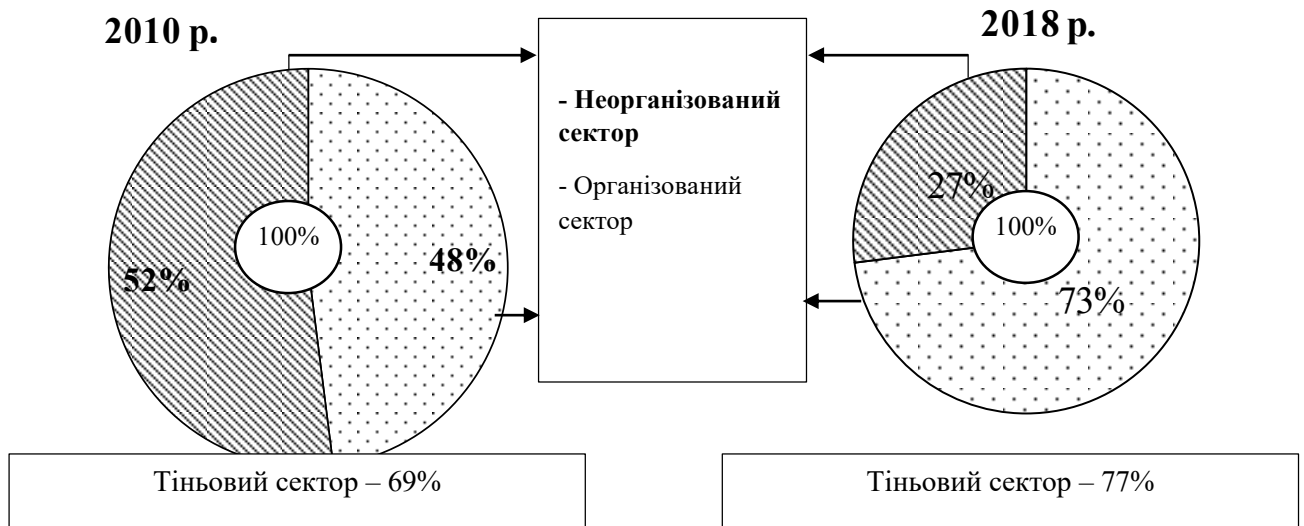


Рис. 2. Секторна структура торгівлі (2018 р.)

Тіньовий сектор охоплює сегменти організованого і неорганізованого сектора, причому в широких масштабах. Суть векторних змін тут полягає у формуванні нової секторної моделі розвитку торгівлі, за рахунок втрати домінуючої ролі неорганізованого сектора і випереджаючого розвитку організованого сектора, при досить високій стабільності тіньового сектора.

Так, неорганізований сектор, де було зосереджено 1,2 млн фізичних осіб-підприємців і оборот якого сягав 51-52 % всієї роздрібно торгівлі в останні роки (після прийняття Податкового кодексу), почав звужуватися за рахунок скорочення чисельності підприємців до 700 тис. осіб і різкого зменшення обсягів товарообороту – до 27% загальнонаціонального товарообороту. Вектор розвитку організованого сектора має позитивний характер, що проявляється в стабілізації кількості суб'єктів господарювання і зростанні його товарообороту з 49% до 73%.

Таким чином, формується 3-секторна модель роздрібно торгівлі з відповідними пропорціями

0,73:0,27 та 0,75 коефіцієнтом типізації товарообороту [3, с. 19].

Позитивний аспект таких змін - концентрація ресурсів і технологій у спеціалізованій торговельній галузі з більш високим рівнем конкурентоспроможності.

До негативних наслідків слід віднести:

- різке звуження масштабів малого і середнього підприємництва в торгівлі;
- зростання рівня безробіття і, відповідно, трудової міграції;
- скорочення кількості роздрібних ринків;
- ускладнення економічної доступності населення до торговельних послуг;
- стабілізація тіньового обороту товарів і грошей.

Наслідки секторних змін у торгівлі об'єктивно вимагають спрямування цих процесів в скероване русло на основі ефективної державної торговельної політики.

Домінуючий розвиток торгівлі в організованому секторі проявляється у нових явищах і процесах, серед яких можна виділити формування роздрібних

мереж загальнонаціонального, регіонального і локального значення. В Україні нараховується не менше 500 торговельних мереж, які визначають розвиток роздрібною торгівлі.

У торговельних мережах відбуваються глобальні організаційні, економічні, технологічні зміни, серед яких особливу увагу заслуговує процес форматизації мереж.

Форматизація роздрібних мереж – процес законний і новий. У той же час він є складний, тривалий і суперечливий. Формат виражає форми організації діяльності мереж і характеризується наступними ознаками:

Роздрібна мережа нараховує більше 850 од. об'єктів торгівлі, головним чином, дискаунтери. Річний оборот роздрібною мережі сягає 66 млрд грн, а загальна площа магазинів - 386 тис. кв. м. Ефективність моноформатної мережі очевидна. У 2017 р. прибуток АТБ перевищив 2,3 млрд грн.

До мультиформату можна віднести торговельні мережі "Fozzi Group" (рис. 4).

Роздрібна і дрібнооптова мережа компанії "Fozzi Group" нараховує близько 600 об'єктів торгівлі з річним товарооборотом близько 60 млрд грн у рік.

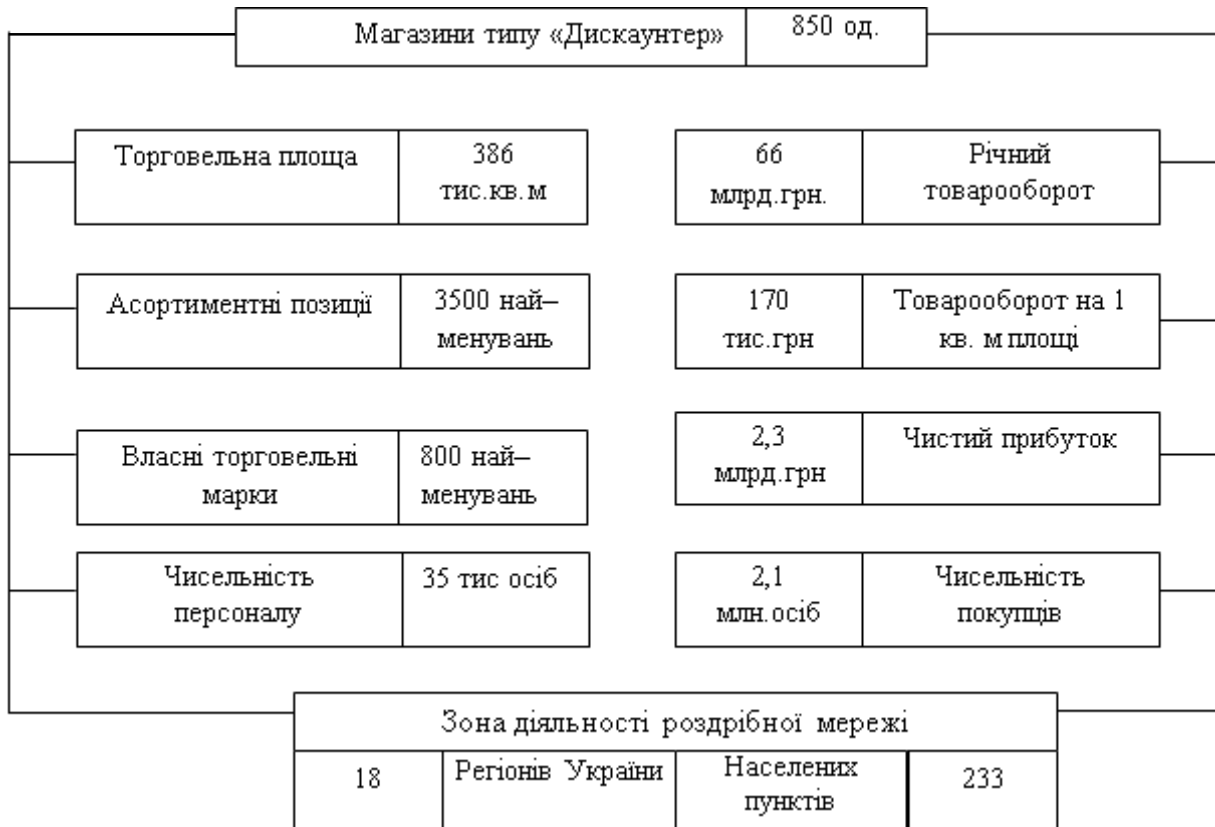


Рис. 3. Основні параметри моноформатної роздрібною мережі "АТБ-Маркет" (2017 р.)

- тип об'єкта торгівлі;
- форма організації;
- система управління;
- поєднання реальної і віртуальної торгівлі
- ступінь централізації ресурсів;
- методи господарювання;
- види спеціалізації;
- торговельні технології;

Залежно від типів об'єктів торгівлі та поєднання додаткових ознак формати торговельних мереж можуть бути однорідні, тобто моноформатні, і різномірні – мультиформатні [4, с. 120-130].

Так, мережа АТБ і більшість інших мереж, особливо регіональні і локальні, відносяться до моноформатних (рис. 3).

Як видно з рис. 4, у складі роздрібною мережі "Fozzi Group" включено типи підприємств різного характеру і модифікацій, а також функціональної спрямованості, які розташовані у всіх регіонах України. Крім того, компанія, володіючи ресторанами, банками, виробничими підприємствами, диверсифікує свою діяльність, перетворюючись у холдинг.

Форматизація торговельних мереж по суті є моделлю розвитку в межах особливих організаційних форм, що дозволяє адаптувати роздрібною мережі до вітчизняних реальних соціально-економічних умов. Вибір форматів здійснює торговельна компанія, при цьому держава повинна створити умови для розвитку як моноформатних, так і мультиформатних мереж.



Рис. 4. Структура роздрібної мережі “Fozzy Group”

Наступний вектор розвитку торгівлі, який прогресує в останні роки, - диверсифікація торговельної діяльності. За своєю сутністю диверсифікація являє категорію різноманіття, яка проявляється у розширенні, оновленні, поглибленні профільних для суб'єкта господарювання видів діяльності, або впровадження не пов'язаних із його основною діяльністю

видів бізнесу. Перший вид відноситься до горизонтальної диверсифікації, а другий – до вертикальної.

Значний інтерес становить вертикальна диверсифікація, де на засадах інтеграції за участю торгівлі формуються холдинги. Класичним холдингом такого характеру є торговельна компанія “Епіцентр-К” (рис. 5)

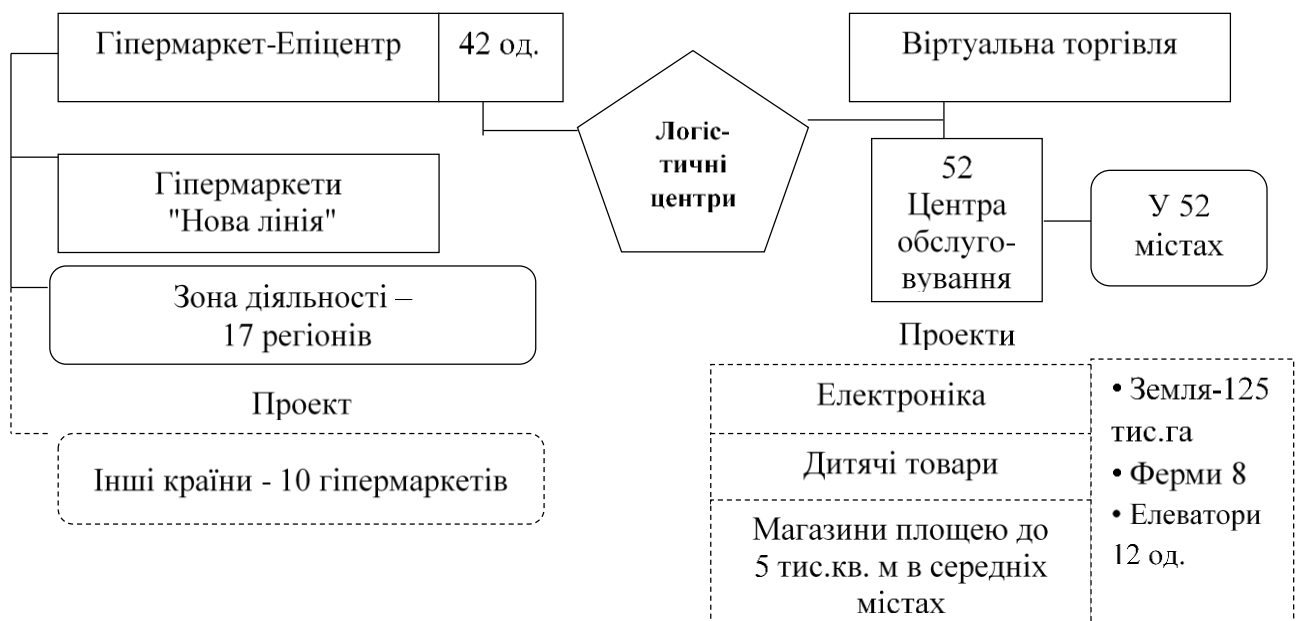


Рис. 5. Структура холдингу “Епіцентр-К”

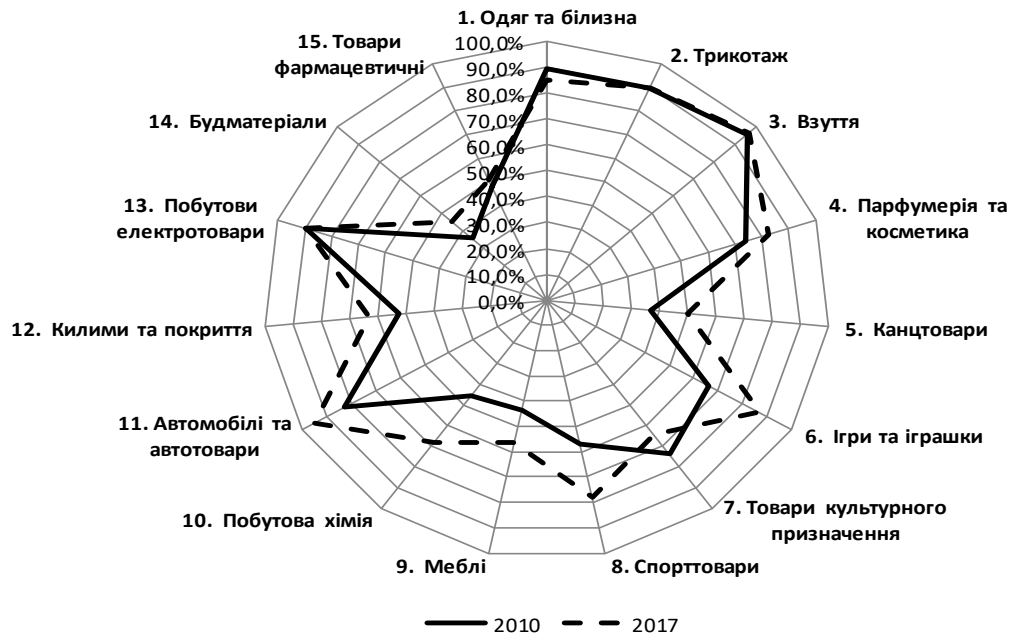


Рис. 6. Динаміка частки імпортованих товарів у роздрібному товарообороті підприємств торгівлі

Мережа торговельної компанії “Епіцентр-К” спеціалізується на реалізації будівельних матеріалів і господарських товарів. До складу цієї компанії входять більше 55 гіпермаркетів із річним оборотом у 33 млрд грн і загальною торговельною площею більше 1,3 млн кв. м. Крім того, компанія володіє банком землі в 125 тис. га, фермами, елеваторами. На черзі - створення молокопереробних виробництв. Тільки в аграрній сектор інвестиції компанії складають 6 млрд грн. За обсягами прибутку (28 млрд грн). “Епіцентр-К” є лідером в українському ритейлі.

Диверсифікація торговельного капіталу прогресуватиме у найближчій перспективі, незважаючи на високу ризикованість цього напрямку в умовах наростаючої конкуренції.

Глобалізація товарних ринків зумовила формування і розвиток нового для вітчизняної торгівлі вектора – інтернаціоналізація торгівлі. Сутність інтернаціоналізації полягає у взаємопроникненні механізмів, методів, технологій, організаційних форм торгівлі різних країн у процесі глобалізації або інтеграції. Обмін досвідом і здобутками слід вважати позитивним явищем. Проте паритет і баланс відносин між країнами в процесі інтернаціоналізації можливий тільки при однакових рівнях розвитку торгівлі й економіки в цілому. В слабких національних економіках інтернаціоналізація проявляється переважно в експансії імпорту товарів і торговельного зарубіжного капіталу (рис. 6).

В Україні глобалізація товарних ринків та інтернаціоналізація торгівлі набули широких масштабів і супроводжувалися поряд із позитивними глибокими негативними явищами. Так, частка імпортованих товарів у роздрібному товарообороті сягає близько 50%, при цьому в обороті непродтоварів – 2/3 (рис. 6).

Імпорт продтоварів (більше 30%) також сягає критичної межі продовольчої безпеки країни.

Експансія зарубіжного торговельного капіталу виражає намагання великих торговельних компаній

охопити сегменти національного товарного ринку, керуючись слабкою конкурентоспроможністю українських торговельних підприємств. Все це приводить до витіснення вітчизняного торговця з традиційних ніш ринку, скорочення кількості торговельних підприємств та інших суб’єктів торгівлі.

Новим за змістом слід вважати вектор всеосяжної модернізації як цілеспрямований врегульований процес трансформації підсистем, структур механізмів торгівлі на базі наукових знань та інновацій з метою їх якісного оновлення і підвищення конкурентності.

Модернізація торгівлі – процес багатоаспектний, який охоплює економічний, організаційний, технологічний розвиток і може успішно здійснюватися на принципах використання національних і зарубіжних інноваційних ресурсів [5, с. 4].

Аналіз модернізації роздрібної торгівлі виявив ряд магістральних векторів і, крім того, інноваційних трендів, які характерні для роздрібних мереж і IT-технологій (табл. 1).

Розглянемо спочатку тренди роздрібних мереж, яких в Україні нараховується не менше 500 од. В умовах конкуренції всі мережі намагаються впровадити нові форми господарювання, серед яких франчайзинг, аутсорсинг, модифіковану оренду, інтеграцію, конкурування та ін.

Франчайзинг використовують відомі загальнонаціональні торговельні компанії (“Епіцентр”, “Fozzi Group”, “Rozetka”, Таврія-К), а також відомі виробники товарів для просування брендів.

Розширення торговельного бізнесу на засадах франчайзингу – явище загальновідоме і дуже розповсюджене у зарубіжних країнах. В Україні широкомасштабний франчайзинг тільки набирає силу [6, с. 5-44].

Поточні і перспективні інноваційні тренди в роздрібній торгівлі

<i>Тренди роздрібних мереж</i>	<i>Тренди IT-технологій</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Нові форми господарювання 	<ul style="list-style-type: none"> • Персональний асистент (PSA)
<ul style="list-style-type: none"> • Випереджаючий розвиток on-line торгівлі 	<ul style="list-style-type: none"> • Електронна навігація
<ul style="list-style-type: none"> • Поглинання регіональних мереж 	<ul style="list-style-type: none"> • Електронний кіоск
	<ul style="list-style-type: none"> • Електронні розрахунки
	<ul style="list-style-type: none"> • Діджиталізація ритейлу
	<ul style="list-style-type: none"> • Магазини без кас і продавців
<i>Перспективні інноваційні технології</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Автономний продуктовий магазин на колесах “Робомарт” <ul style="list-style-type: none"> • Автономний пересувний магазин за викликом Мову Mart • Відеоаналітика 	<ul style="list-style-type: none"> • AR-доповнення реальності • Безконтактні платежі • Доставка товарів дронами

Значних масштабів набуває і такий тренд, як аутсорсинг, тобто відмова торговельних компаній від власних об'єктів інфраструктурного обслуговування і передача обслуговуючих функцій спеціалізованим підприємствам. Йдеться насамперед про переведення на аутсорсинг складських, логістичних, інвестиційно-інноваційних, фінансових, облікових та інших операцій.

Модифікуються в торгівлі широко розповсюджені орендні відносини. Суть модифікації полягає в прив'язці орендної плати до темпів і обсягів товарообороту, доходів, прибутків. Тобто частина орендної плати є постійною, а друга частина – варіативною.

У сфері торгівлі посилюється співробітництво торговельних організацій на засадах інтеграції і кооперування з метою створення холдингів або окремих об'єктів для сумісного використання.

Важливим і очевидним трендом у торгівлі слід вважати випереджаючий розвиток on-line торгівлі. За даними різних моніторингових компаній, цей вид торгівлі помітно прогресує і сягає 9-11% обороту світової торгівлі, а у найближчій перспективі перевищуватиме 19%. Темпи розвитку у 2-2,5 рази вище реальної торгівлі [7, с. 7-14].

В Україні, де лише 15-17% покупців здійснюють покупки в режимі on-line (при тому, що в багатьох країнах цей показник коливається в межах 27-55%), резерви для зростання очевидні. Товар, оборот вітчизняного on-line, за даними офіційної статистики, складає лише 9-10 млрд грн у рік, або 1% загальнонаціонального роздрібно-товарообороту. На нашу думку, цей показник суттєво зменшений.

Високими темпами розвивається ще один тренд у роздрібній торгівлі – аутсорсинг. Передача на договірних засадах торговельними організаціями окремих видів робіт або функцій іншим суб'єктам для професійної підтримки широко практикується як у роздрібній, так і в оптовій торгівлі. Об'єктами аутсорсингу є: бухгалтерський облік, інформаційне забезпечення, транспортні, складські операції, будівельно-ремонтні роботи, деякі адміністративні функції.

Прогресивність аутсорсингу полягає у тому, що торговельні операції вивільняють матеріальні, нетрудові, фінансові ресурси, задіяні в інфраструктурному забезпеченні, і зосереджуються на головних функціях.

Тепер розглянемо деякі IT-тренди в сфері технологій. Слід зауважити, що в технології торгівлі переважають тренди на базі комп'ютерних технологій та електронних комунікацій [8, с. 19-33].

На сучасному етапі у вітчизняній роздрібній торгівлі з суттєвими відставаннями від зарубіжної практики розвиваються тренди, які проявляються в окремих стадіях торговельно-технологічного процесу (рис. 7).

Як видно з рис. 7, сучасні інноваційні електронні засоби ритейл-технологій забезпечують основні стадії торгово-технологічного процесу. До таких засобів відносяться персональний асистент покупця PSA, електронні цінники, електронні рекламні дисплеї, електронні ваги, радіочастотні ідентифікатори товарів.

Значний інтерес становить PSA, який являє собою планшетний комп'ютер з сенсорним екраном, встановлений на візок для відбору товарів. В PSA вмонтований спеціальний сканер, що використовується покупцем як касовий термінал [9, с. 137-153].

Принципово новий інноваційний тренд у вітчизняній торгівлі – це створення магазинів без продавців і касових терміналів. Перші спроби у цьому напрямі здійснено “Fozzi Group”.

Автоматичний магазин без продавців і кас являє невеликий об'єкт із обмеженим потоком покупців, який працює за схемою: завантаження додатка на смартфоні – вхід у торговельний зал – відеоідентифікація покупця – вибір товару і зняття його з полиці – відеофіксація – укладка товару. У “розумну сумку (кошик)” – автоматичний розрахунок зі зняттям з картки суми покупки – вихід покупця з торгового залу. Система дозволяє заміну товару в процесі вибору, повернення товару на його фіксоване місце, навігацію в магазині.

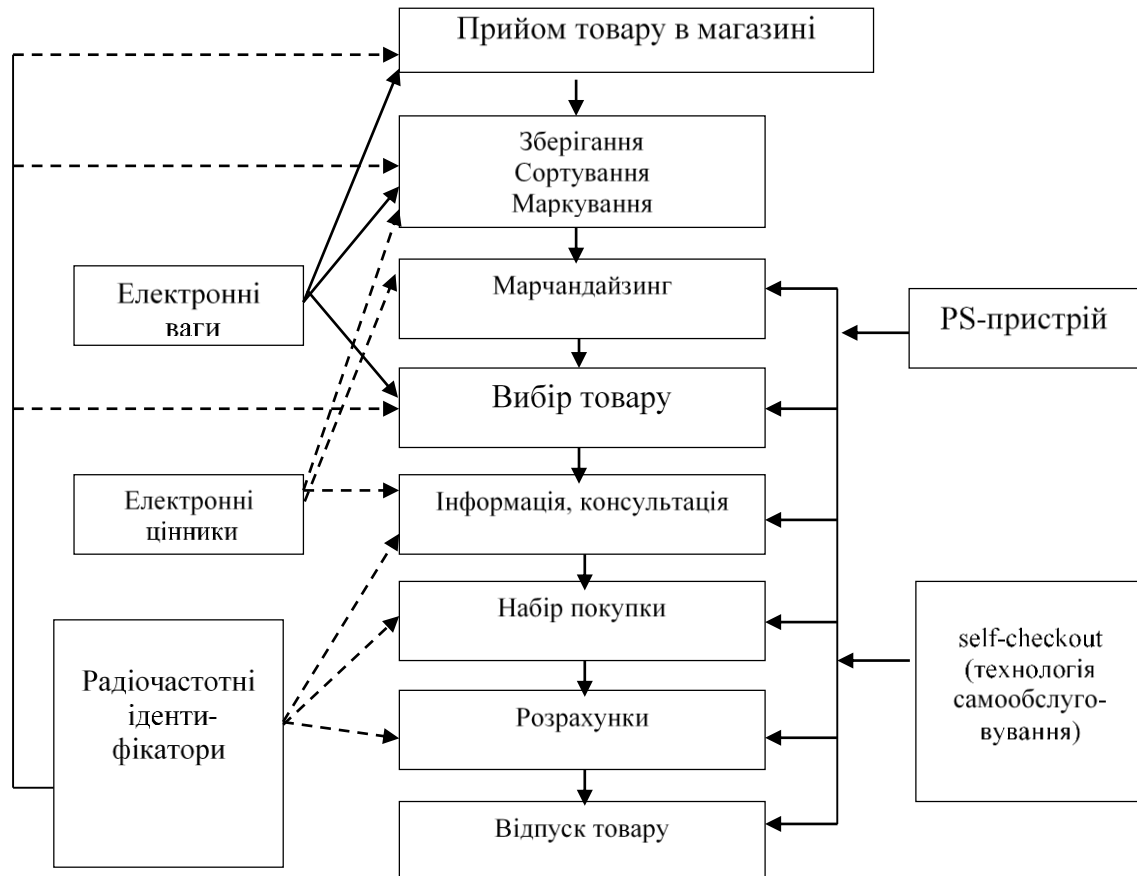


Рис. 7. Інноваційне забезпечення торгово-технологічного процесу магазину

Вартість обладнання такого магазину складає більше 1 млн дол. США.

Інші тренди більш далекої перспективи базуються на технологіях 5D і відкривають новий напрям роботизації торгівлі. Йдеться про проектування і впровадження роботів у торговельному залі замість “продавців-консультантів”, автономних електромобілів-магазинів товарів повсякденного попиту типу електронний мобільний кіоск, таких же автомобілів, “Продукти харчування” на виклик покупця, доставка товарів на дім дронами та ін.

У цілому інноваційні технології прогресуватимуть високими темпами, причому не тільки у сфері роздрібною, але й оптової торгівлі, ресторанному господарстві, системі послуг.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Визначальний вплив на розвиток і ефективне функціонування торгівлі здійснюють домінуючі вектори: структурні зміни, форматизація, модернізація, диверсифікація та інтернаціоналізація. Інноваційні тренди найбільш виражено проявляються у роздрібній торгівлі і базуються на комп’ютерних технологіях та електронних комунікаціях.

Таким чином, нові вектори розвитку торгівлі та інноваційні технології відкривають новий магістральний напрям розвитку внутрішньої торгівлі. Його успішна реалізація об’єктивно вимагає об’єднання зусиль науки, практики і використання зарубіжного досвіду.

ЛІТЕРАТУРА

1. Система регулювання внутрішньої торгівлі України : монографія / [В. Апопій, І. Копич, О. Біла та ін.]. – К. : Академвидав, 2012. – 424 с.
2. Апопій В. В. Структурні зміни та сучасні тенденції розвитку внутрішньої торгівлі України : монографія / В. Апопій, І. Мішук, Я. Антонюк. – Львів : Новий Світ, 2017. – 440 с.
3. Августин Р. Р. Теоретико-методологічні засади та прикладні інструменти державної політики детінізації економічних відносин в Україні : монографія / Р. Августин. – Тернопіль : Крок, 2017. – 309 с.
4. Апопій В. В. Роздрібна торгівля: концентрація, спеціалізація та типізація : монографія / В. Апопій, Т. Гуштан, М. Павлова. – Львів : Новий світ, 2018. – 233 с.
5. Ситник Н. Модернізація внутрішньої торгівлі України : монографія / Н. Ситник. – Львів: Новий світ, 2013. – 318 с.
6. Земляков Д. Н. Франчайзинг. Интегрированные формы организации бизнеса / Земляков Д. Н., Макашев М. О. – М. : ЮНИТИ ДАНА, 2003. – 142 с.
7. Шалева О. І. Електронна комерція : підручник / О. Шалева. – К. : ЦУЛ, 2011. – 216 с.
8. Гаврилов Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебн. / Гаврилов Л. П. – М. : Юрайт, 2013. – 372 с.
9. Муралі К. Мантра, Манфред Краффт Роздрібна торгівля у XXI столітті. Теперішні і майбутні тренди. – К. : Стандарт, 2008. – 428 с.

REFERENCES

1. Apopij, V. V., Kopych I. and Bila O. (2012), Systema rehuliuвання vnutrishn'oi torhivli Ukrainy, Akademydav.
2. Apopij, V. V. Mischuk, V. I. and Antoniuk, Ya. (2017), Strukturni zminy ta suchasni tendentsii rozvytku vnutrishn'oi torhivli Ukrainy, Novyj Svit, L'viv.
3. Avhustyn, R. R. (2017), Teoretyko-metodolohichni zasady ta prykladni instrumenty derzhavnoi polityky detinizatsii ekonomichnykh vidnosyn v Ukraini, Krok, Ternopil'.
4. Apopij, V. Hushtan, T. end Pavlova M. (2018), Rozdribna torhivlia: kontsentratsiia, spetsializatsiia ta typizatsiia, Novyj svit, L'viv.
5. Sytnyk, N. S. (2013), Modernizatsiia vnutrishn'oi torhivli Ukrainy, Novyj svit, L'viv.
6. Zemliakov, D. N. end Makashev, M. O. (2003), Franchajznh. Yntehryrovannye formy orhanyzatsyy byznesa, YuNYTY DANA, M.
7. Shaleva, O. I. (2011), Elektronna komertsii, TsUL, K.
8. Havrylov, L. P. (2013), Ynnovatsyonnye tekhnolohyy v kommertsyy y byznese, Yurajt, M.
9. Murali, K. Mantrala and Manfred Krafft (2008), Rozdribna torhivlia u KhKhI stolitti. Teperishni i majbutni trendy, Standart.

Стаття надійшла до редакції 14 лютого 2019 р.