



ЕКОНОМІКА ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 658.589

Богославець Г.М.,
к.е.н., доцент, доцент кафедри
Трубей О.М.,
к.е.н., доцент, доцент кафедри,
кафедра економіки та фінансів підприємства
Київського національного торговельно-економічного університету

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Bogoslavets G.M.,
cand.sc.(econ.), assoc. prof., assistant professor
at the department of economics and finance of an enterprise
Kyiv National University of Trade and Economics
Trubey O.M.,
cand.sc.(econ.), assoc. prof., assistant professor
at the department of economics and finance of an enterprise
Kyiv National University of Trade and Economics

INNOVATIVE ACTIVITY OF TRADE ENTERPRISES

Постановка проблеми. Рівень конкурентоспроможності підприємств всіх сфер і галузей економічної діяльності в умовах ринку визначається їх здатністю до нововведень, тобто в значній мірі залежить від інновацій. Саме нововведення відіграють вирішальну роль в економічному зростанні підприємств і, як наслідок, економіки країни в цілому. Аналіз інноваційної активності вітчизняних підприємств, і зокрема підприємств торгівлі, свідчить про досить низький рівень їх діяльності щодо нововведень, а відтак примушує замислитись над питаннями подальшого ефективного розвитку торговельного бізнесу в Україні і здатності підприємств даної галузі вирішувати актуальні питання забезпечення прискорення рух товарів, впливу на виробництво, ефективний міжгалузевий обмін та активізацію споживання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Варто відмітити, що більшість публікацій з даної проблематики присвячені або загальним питанням здійснення та оцінки ефективності інноваційної діяльності, або особливостям впровадження інновацій у виробничій сфері. Зокрема про це свідчать наукові праці: Федулової Л.І., Чорної М.В., Глухової С.В., Харіва П.С., Шаманської О.І., Захаркіна О.О., Сербенівської Ф.Ю., Мельничук Н.Г. та інших вітчизняних авторів. Що стосується особливостей запровадження інновацій у торгівлі, то результатів таких досліджень опубліковано вкрай мало. Серед наявних варто виділити наукові доробки: Підкамінного І.М., Совершенної І.О., Молодожені М.С., Жук Т.В., Мальцевої О.І. Таким чином, подальший науковий пошук вирішення питань інноваційного розвитку вітчизняних підприємств торгівлі залишається актуальним і затребуваним.

Постановка завдання. Метою даного дослідження є визначення особливостей, сутнісних характеристик та проблем інноваційної діяльності в торгівлі, систематизація видів інновацій в даній галузі економіки та обґрунтування запровадження інновацій у сфері управління підприємствами торгівлі, зокрема на основі використання методів і технологій процесного підходу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Якщо характеризувати сучасний стан інноваційної діяльності в Україні, то слід констатувати відсутність суттєвих досягнень у забезпеченні конкурентоспроможності і інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств. Україна згідно з оцінкою конкурентоспроможності Всесвітнього економічного форуму, що включає у тому числі й інноваційну складову, у 2015-2016 роках посіла 79-е місце серед 140 країн світу, втративши за рік три

позиції (у 2014-2015 роках – 76-е місце) [1]. Це свідчить про відсутність прогресу в інноваціях і інноваційній політиці, а інвестиційний клімат в країні, незважаючи на декларації влади, залишається вкрай несприятливим. Красномовно про невисоку активність інноваційної діяльності свідчать дані офіційного сайту Державної служби статистики України, яка фіксує падіння обсягів фінансування інвестицій у % до ВВП з 1,3 у 2008 році до 0,66 у 2014 році. Тоді, як за даними Євростату, частка обсягу витрат на наукові дослідження та розробки країн ЄС-28 у ВВП становила 2,01%. Більшою за середню частка витрат на дослідження та розробки була у Фінляндії – 3,31%, Швеції – 3,3%, Данії – 3,06%, Німеччині – 2,85%, Австрії – 2,81%, Словенії – 2,59%, Франції – 2,23%, Бельгії – 2,28%; меншою – у Чорногорії, Румунії, Кіпрі, Латвії та Болгарії (від 0,38% до 0,65%) [2].

Суттєвим джерелом інвестицій в Україні залишаються власні кошти підприємств, які вкрай недостатні і обмежують можливості здійсненні інноваційної діяльності.

Із загальної кількості підприємств – 2105 одиниць, які протягом 2013 року займалися створенням і використанням передових технологій та об'єктів права інтелектуальної власності, лише 18 підприємств оптової та роздрібною торгівлі використовували інноваційні продукти, тобто менше 1 %. При цьому на жодному з підприємств внутрішньої торгівлі протягом 2013 року не використовувалися навіть раціоналізаторські пропозиції [3]. Що стосується даних 2014 року, то Державна служба статистики взагалі не виокремлює показники інноваційної активності підприємств торгівлі, включаючи їх до групи «Інші підприємства». Що свідчить в свою чергу про подальше падіння показників інноваційного розвитку підприємств оптової та роздрібною торгівлі.

Таким чином, тенденції, які склалися протягом останніх років, а також стан речей у галузі торгівлі свідчать про фактичне призупинення інноваційної діяльності підприємствами даної галузі. Між тим, питання інноваційного розвитку торгівлі залишається актуальним, зважаючи на кризовий стан економіки країни в цілому, дефіцит власних фінансових ресурсів підприємств, складність залучення інвесторів, низький рівень регулювання і підтримки з боку держави, високу вартість банківських позик [4].

Як свідчить світова практика, саме інновації відіграють важливу роль у економічному зростанні і є могутнім засобом відновлення і розвитку економічного потенціалу. Саме тому на сучасних світових ринках найгостріша конкурентна боротьба точиться саме за іноземні інвестиції. Україна не може навіть втрутитися у цю боротьбу через свою вкрай невисоку інвестиційну привабливість, що обумовлена цілою низкою чинників, зокрема: нестабільністю у політичній та економічній сферах, суттєвого податкового навантаження, неналежного дотримання законодавчих норм, низького технологічного рівня тощо, і таким чином залишається на узбіччі світового науково-технологічного прогресу. Однак, в умовах глобалізації економіки, подолати негативні тенденції можливо тільки за рахунок активізації інноваційної діяльності на всіх рівнях.

Загально розповсюджене визначення терміну «інновація» (від лат. «novatio» - оновлення, зміна), якого ми дотримуємося, – це результат інвестування коштів у певну розробку та отримання нового знання, ідеї з оновлення та наступним процесом впровадження для створення додаткової цінності. А інноваційна діяльність, в свою чергу, – це комплекс наукових, технологічних, організаційних, фінансових заходів, що спрямовані на комерціалізацію накопичених знань, технологій, методів управління.

Для поглибленого розуміння змісту інновацій варто виділити їх типи:

- технічні інновації (виробництво продукції, товарів, послуг з новими або кращими характеристиками);
- технологічні інновації (застосування більш досконалих способів виготовлення продукції);
- організаційно-управлінські інновації (спрямовані на оптимізацію організації виробничих процесів);
- інформаційні інновації (вирішують завдання раціональної організації інформаційних потоків, підвищення повноти, достовірності й оперативності отримання інформації);
- соціальні інновації (спрямовані на покращення умов праці, підвищення кваліфікації тощо);
- ринкові інновації (пов'язані з появою нового ринку і можливістю більш повного задоволення попиту споживачів).

Наведені базові типи інновацій характерні і для торгівлі, проте потрібна подальша деталізація інновацій у цій сфері за певними класифікаційними ознаками, які дозволять визначити видові характеристики інновацій з врахуванням особливостей торгівлі і обґрунтувати основні напрямки інноваційної діяльності в межах даного виду економічної діяльності.

Найголовніші ознаки класифікації інновацій в торгівлі подані у таблиці 1.

Якщо узагальнити сутність інновацій в торгівлі, то це сукупність заходів, фінансових коштів і певних процесів, які призводять до створення, запровадження і використання нововведень, що підвищують продуктивність праці, прибутковість діяльності і сприяють створенню конкурентних переваг підприємства на ринку.

Керуючись принципами системного підходу вже на макрорівні, тобто на рівні торгівлі, як сфери економічної діяльності, потрібні інноваційні рішення, які б були пов'язані з переглядом функцій торгівлі у суспільному відтворенні. Мова йде про те, що торгівля на сучасному етапі розвитку продуктивних сил має позбутися не властивих їй виробничих функцій (транспортування, сортування, пакування

тощо) і зосередитись на підвищенні якості торговельного обслуговування, нових ефективних методах залучення покупців і наданні торговельних послуг.

Таблиця 1

Класифікація інновацій в торгівлі

Класифікаційна ознака	Види інновацій	Коротка характеристика
За масштабами і глибиною змін	- радикальні інновації	пов'язані з кардинальними змінами ролі, місця, функцій торгівлі в суспільному відтворенні
	- поетапні, незначні інновації	пов'язані з покращенням тих чи інших умов купівлі для споживачів
	- локальні інновації	пов'язані з оптимізацією окремих операцій в процесі обслуговування покупця та надання торговельних послуг
За підгалуззями торговельної діяльності	- інновації в оптовій торгівлі	пов'язані з організаційними, економічними та технологічними особливостями здійснення оптової торговельної діяльності
	- інновації в роздрібній торгівлі	пов'язані з організаційними, економічними та технологічними особливостями здійснення роздрібною торгівлі
За спрямуванням інновацій	- продуктові інновації	передбачають створення продуктів та послуг, що є новими або значно поліпшеними за властивостями або способами використання
	- процесно-технологічні інновації	пов'язані з запровадженням нововведень у технологію продажу товарів
	- організаційні інновації	пов'язані з впровадженням нового організаційного методу в діяльності підприємства, в організації робочих місць або зовнішніх зв'язків
За джерелами фінансування інновацій	- за рахунок власних коштів підприємства	джерела фінансування формується за рахунок коштів власників, нерозподіленого прибутку, фондів розвитку
	- за рахунок банківських позик	передбачають використання кредитів банків на відповідних умовах
	- за рахунок коштів інвесторів	передбачають залучення інвестиційних ресурсів на взаємоузгоджених договірних умовах
	- фінансуються за рахунок державних інвестицій	передбачають використання інвестицій місцевих органів влади або бюджетних коштів на пріоритетних засадах державно-приватного партнерства
	- фінансуються за рахунок інших джерел	передбачають використання коштів інвестиційних, венчурних фонди розвитку тощо
За масштабом і рівнем новітності	- інновації галузі	поява нових форм і видів торгівлі
	- нововведення на окремому підприємстві	нововведення в межах окремого підприємства

Джерело: авторська розробка

Особливої важливості в Україні набувають інновації у розвиток сільської інфраструктури, в тому числі торгової її складової, для залучення вільної робочої сили, подолання умов обмеженості товарних ресурсів, задоволення попиту сільського населення. І тут важливим для нас інноваційним напрямком ефективною взаємодії могла б стати співпраця приватного та державного секторів, в тому числі місцевих органів самоврядування, тобто партнерство держави і бізнесу у створенні моделей, програм територіального управління, інструментів і відповідних проектів розвитку торгівлі на селі. Світова практика надає переконливі приклади державно-приватного партнерства (Public-Private Partnership), як інституційного, організаційного та фінансового альянсу між владою та бізнесом для реалізації значущих інноваційних проектів розвитку як підприємств, галузей, так і окремих територій [5].

Одним із напрямків інновацій, які швидко і широко стають складовою інноваційної діяльності підприємств різних галузей економіки, в тому числі і підприємств торгівлі, є ринкові інновації, що передбачають створення ринків нових товарів і послуг. Так, поява смартфонів сприяла виникненню ринку послуг мобільної безготівкової оплати; розвиток виробництва біопалива з відходів лісотехнічної целюлозно-паперової промисловості – появи ринку біоетанолу. Зародження і подальший інноваційний розвиток ринку електроавтівок та автомобілів, що працюють на водневому паливі може докорінно змінити не тільки традиційний попит на автомобілі з бензиновими і газовими двигунами, але й суттєво вплинути на розвиток всієї виробничої і ринкової інфраструктури, не говорячи вже про вирішення екологічних проблем.

В умовах обмеженості фінансових ресурсів і несприятливого інвестиційного клімату в країні заслуговують на увагу поетапні або локальні інновації, які цілком можуть бути запроваджені в діяльності окремих підприємств торгівлі. Наприклад, застосування подовженого режиму роботи підприємства, розширення набору торговельних послуг, вдосконалення розрахункових операцій за

товари (електронні цінники, термінали самообслуговування, надолонні каси), створення власних веб-сайтів, сторінок в соціальних мережах тощо.

Віддаючи належне всім напрямкам і типам інновацій, слід підкреслити, що інноваційна діяльність підприємств торгівлі повинна, в першу чергу, базуватися на сучасних методах, технологіях і організаційних формах управління, на системних дослідженнях як інноваційного, так і сформованого споживчого попиту. Це визначає необхідність докорінної перебудови саме управління на підприємствах торгівлі, яке має функціонувати передусім на інноваційних засадах, що є основою створення сучасного господарського механізму підприємств даної галузі. І перш за все такі новації мають запроваджуватись на великих та середніх підприємствах.

Ринок, досягнення глобалізації та розвиток інформаційних технологій відкривають можливості запровадження сучасних систем управління, що поєднують принципи функціонального і процесного підходу для здійснення обліку витрат-результатів на кожному робочому місці, визначення вкладу кожного працівника як у сфері відповідальності, так і у загальних результатах діяльності підприємства торгівлі. Це дозволяє формувати ефективну систему мотивування персоналу до покращення своїх здобутків у вирішенні закріплених завдань і операцій. Саме тому процесний підхід з 2000 року покладено в основу міжнародних стандартів управління якістю [6].

Слід підкреслити, що управління з викладених вище позицій потрібно розглядати як процес дій, що спрямований на перетворення ресурсів у результати діяльності підприємства шляхом чіткого закріплення повноважень і відповідальності за процеси, задачі, операції, які має здійснювати персонал, тобто їх регламентації і контролю.

Створення інноваційного проекту з удосконалення управління повинно базуватися на визначенні стратегічної мети підприємства торгівлі. Наприклад, збільшенні частки ринку за рахунок розвитку зв'язків мережі роздрібних торговельних підприємств з оптовиками, що мають відповідний асортиментний профіль, або налагодження поставок товарів з розподільчих складів-центрів, або за рахунок збільшення темпів росту продажів відносно темпів змін цін на товари тощо. Відповідно до поставленої мети мають бути визначені основні завдання підприємства, а саме: збільшення обсягів товарообороту, розширення клієнтської бази за рахунок залучення нових покупців і збереження існуючих, формування стійкого іміджу підприємства торгівлі, що має високий рівень обслуговування та якості товарів тощо.

Незважаючи на розмаїття і кількість процесів, особливостей їх здійснення на різних підприємствах торгівлі, в загальному підсумку доцільно виділити такі дві групи процесів:

- інформаційні, в основі яких лежить збір, обробка і передача інформації, прийняття рішень;
- матеріально-речові, в основі яких лежать матеріальні потоки, що природно супроводжуються в ході свого здійснення (своєї реалізації) потоками інформації.

При цьому, управління як процес слід розглядати, як визначення сукупності проблем зовнішнього і внутрішнього середовища, цілей завдань і умов, що забезпечать їх вирішення, оцінку ефективності кожного ланцюжка процесу управління на основі організації обліку витрат і отриманих результатів, їх контролю та коригування для встановлення загальної ефективності діяльності підприємства та вкладу кожного процесу у цей результат. Процес управління завжди має закінчуватись прийняттям рішення, яке дозволить ліквідувати або пом'якшити наявну розбіжність з плановим завданням або нормативом. Це вимагає певного часу і витрат, на скорочення яких і мають бути спрямовані управлінські рішення, завдяки своїй комплексності, обґрунтованості, реалістичності, економічності. З іншого боку, це означає чітке закріплення повноважень і відповідальності за процеси, завдання і операції, які потрібно здійснювати працівникам, що в свою чергу вимагає їх регламентації [6].

Зміст економічності процесного управління полягає не тільки у застосуванні сучасних методів для вимірювання і порівняння витрат і результатів, а і у повній оперативній самостійності кожного працівника щодо його вкладу як у результативність діяльності підрозділу, де він працює, так і у загальну ефективність діяльності підприємства.

Для переходу до процесного управління на підприємстві торгівлі має бути організована розробка довгострокового, поточного й оперативного фінансового плану, який би містив показники: розміру торгової площі, річний та місячний оборот на 1 кв. м торгової площі, у тому числі у співставних цінах, обсяг чистого прибутку, рентабельність обороту, розмір інвестицій, рентабельність капіталу, капіталізація підприємства за напрямками (модернізація техніки і технологій, інформаційно-програмне забезпечення тощо).

Важливим є підвищення продуктивності праці й ефективності роботи персоналу підприємства торгівлі. З цією метою необхідно застосовувати нові технічні засоби і технології управління, тарифікацію рівня і кваліфікації працівника, визначення його професійного рівня і ступеня компетентності, застосування прогресивних систем матеріального стимулювання праці на підприємстві, зокрема системи грейдів.

Фахівці рекомендують наступний алгоритм побудови системи процесного управління, який пройшов практичне випробування в умовах діяльності підприємств близького зарубіжжя [6; 8]. Він передбачає (включає) побудову системи процесів на двох рівнях – верхньому і у підрозділах підприємства, з наступним узгодженням, верифікацією і уточненням процесів для розробки загальної системи процесів. Термін виконання таких робіт для підприємств середнього розміру оцінюється у 2,5-

3 місяці.

На першому етапі здійснюється моделювання процесів на верхньому рівні у вигляді схеми ланцюжків цінностей з використанням MS Visio. Наступним кроком є аналіз діяльності підприємства та структурування процесів, які там відбуваються.

Так, на прикладі управління закупівлями (*комерційний відділ*) можна виокремити такі процеси, як: вивчення комерційних пропозицій та їх оцінка; відбір найбільш вигідних пропозицій; складання угод про поставку товарів; вибір оптимальної схеми доставки; визначення оптимальної партії поставки товарів; вивчення товарознавчих характеристик продукції; вибірковий контроль якості товарів, що надходять; співставлення ресурсів наданих підрозділу з його витратами; оцінка результатів діяльності підрозділу.

Для *відділу маркетингу* можна виділити наступні управлінські процеси: аналіз ринку (сегменту ринку) товарів, конкурентів споживачів; позиціонування мережі роздрібних підприємств; аналіз динаміки товарообороту, його асортиментної структури; аналіз товарних запасів; формування іміджу підприємства; проробка заходів по стимулюванню продажів; планування рекламної діяльності; здійснення цінового моніторингу; формування (коригування) товарного асортименту, розробка і реалізація цінової політики у співпраці з комерційним відділом; обґрунтування рекомендацій по збільшенню обсягів продажу; контроль за дотриманням встановлених нормативів і стандартів. Ці процеси в подальшому деталізуються до окремих завдань і операцій. Для створення системи стандартизації бізнес-процесів доцільно використовувати такий програмний інструмент, як Business Process Architecture, що представляє собою повний набір компонентів для моделювання, аналізу та стимулювання бізнес-процесів на підприємстві.

У подальших кроках необхідно узгодити межі (границі) процесів управління за «входами-виходами», уточнити посади керівників, їх обов'язки та повноваження, склад виконавців у підрозділах підприємства торгівлі, регламентувати роботу працівників та скласти остаточну версію впровадження процесної системи.

Організаційно мають регламентуватися зміст і порядок виконання процесів з довгострокового, поточного й оперативного управління у відповідних документах: стандартах управління згідно ISO 9000 та 14000; положення, інструкції для кожного робочого місця, правила та порядок планування, обліку. Щодо останнього, то перехід на процесні рейки вимагає змін і у веденні обліку, оскільки підрозділи наділяються основними і оборотними засобами, тобто несуть витрати, що в свою чергу передбачає визначення результатів діяльності на кожному робочому місці.

Таким чином, впровадження процесного підходу в управлінні підприємством торгівлі вимагає не тільки залучення нових економічних методів, моделей, технологій, інформації, але й суттєвих змін у сприйнятті цих нововведень керівниками підприємства, підрозділів, усього персоналу. Це створює можливість і робить доцільним запровадження окремих елементів процесного підходу в експериментальному режимі. У повному циклі розробка і впровадження процесної системи управління при наявності власних чи залучених спеціалістів становить 1-2 роки.

Для оцінки ефективності процесного управління слід використовувати існуючу сукупність показників ефективності діяльності, додавши до неї показники ресурсної ефективності управління, як відношення виручки від реалізації до суми вартості трудових ресурсів, капіталу та вартості реалізованих товарів, а також показник ресурсовіддачі робочого місця, як відношення результату до витрат.

Висвітливши тільки певну частину напрямків інноваційної діяльності підприємств торгівлі, не можна не окреслити основні проблеми, які стримують розвиток інновацій. Серед них:

- недостатній рівень поінформованості керівників і менеджерів щодо змісту інноваційної діяльності;
- страх перед змінами і пов'язаними з ними ризиками;
- низький рівень підготовки і стимулювання спеціалістів для реалізації інноваційних проектів;
- обмеженість або відсутність фінансових ресурсів;
- труднощі у залученні іноземних інвесторів через нестабільність економічної ситуації та несприятливий інвестиційний клімат у країні;
- недосконалість правового регулювання відносин у інноваційній сфері;
- слабка роль державної влади і органів місцевого самоврядування у поєднанні своїх зусиль і бізнесу у здійсненні інновацій;
- низький рівень фінансування державою розвитку інноваційної інфраструктури, в т.ч. наукової та науково-технічної діяльності.

Висновки з проведеного дослідження. Результати проведеного дослідження підтверджують об'єктивну необхідність використання інноваційних моделей розвитку вітчизняних підприємств торгівлі, з метою їх подальшого ефективного функціонування на внутрішньому товарному ринку. Оскільки саме запровадження новацій в діяльності підприємств даної галузі дозволяє досягти нового рівня якості здійснення бізнес-процесів, а відтак створює для таких підприємств нові конкурентні переваги. Особливе місце у інноваційних перетвореннях на підприємствах торгівлі мають посідати управлінські інновації на основі процесного підходу. Це дозволить побудувати ефективну систему менеджменту, направлену на чіткий, взаємоузгоджений зв'язок усіх бізнес-процесів, встановлення

критеріїв відповідальності керівників підрозділів і функціональних виконавців за результати їх діяльності, і, зрештою, отримання максимальної економічної вигоди для власників підприємства.

Однак, розвитку інноваційної діяльності вітчизняних підприємств торгівлі суттєво перешкоджає низка об'єктивних та суб'єктивних причин, вирішення яких певною мірою може створити сприятливі умови для розвитку інновацій не лише в галузі торгівлі, але й у промисловості, що дозволить підвищити продуктивність праці і забезпечити конкурентоспроможність економіки країни. Необхідність розв'язання цих проблем і може стати орієнтиром для подальших наукових досліджень.

Література

1. Позиція України в рейтингу країн світу за індексом глобальної конкурентоспроможності 2015-2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://edclub.com.ua/>.
2. Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2014 році : стат. збір. – К. : Державна служба статистики України, 2015. – 255 с.
3. Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2013 році : стат. збір. – К. : Державна служба статистики України, 2014. – 314 с.
4. Трубей О.М. Інноваційний розвиток підприємств оптової торгівлі / О.М. Трубей // Теоретичні та практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності: Збірник наукових праць. – Маріуполь: ДВНЗ «ПДТУ», 2014. – Вип. 1 (10), Т. 2. – С. 205–210.
5. Длугопольський О.В. Державно-приватні партнерства: зарубіжний досвід і уроки для України / О.В. Длугопольський, А.Ю. Жуковська // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 3 (129). – С. 43-49.
6. Репин В.В. Бизнес-процессы компании: построение, анализ, регламентация / В.В. Репин. – М. : РИА "Стандарты и качество", 2007. – 240 с.
7. Репин В.В. Бизнес-процессы. Моделирование, внедрение, управление / В.В. Репин, В.Г. Елиферов. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 544 с.
8. Мальцева О.И. Инновации в современной торговле [Електронний ресурс] / О.И. Мальцева, Г.В. Гнедов. – Режим доступу: <http://orelgiet.ru/docs/monah/79jhg.pdf>

References

1. The world economic forum (2016), "Position of Ukraine in the ranking of countries according to the global competitiveness index 2015-2016", available at: <http://edclub.com.ua/>. (access date August 01, 2016).
2. State Statistics Service of Ukraine (2015), *Naukova ta innovatsiina diialnist v Ukraini u 2014 rotsi : statystychnyi zbirnyk* [Scientific and innovation activity in Ukraine in 2014, Statistical yearbook], Kyiv, Ukraine, 255 p.
3. State Statistics Service of Ukraine (2014), *Naukova ta innovatsiina diialnist v Ukraini u 2013 rotsi : statystychnyi zbirnyk* [Scientific and innovation activity in Ukraine in 2013, Statistical yearbook], Kyiv, Ukraine, 314 p.
4. Trubey, O. (2014), "Innovative development of the wholesale trade enterprises", *Theoretical and Practical Aspects of Economics and Intellectual Property*, Issue 1(10), Volume 2, pp. 205–210.
5. Dlugopolskyi, O.V. and Zhukovska, A.Yu. (2012), "Public-private partnership: foreign experience and lessons for Ukraine", *Aktualni problemy ekonomiky*, no. 3(129), pp. 43-49.
6. Repin, V.V. (2007), *Biznes-protssesy kompanii: postroyeniye, analiz, reglamentatsiya* [The business processes of the company: construction, analysis, regulation], Standarty i kachestvo, Moscow, Russia, 240 p.
7. Repin, V. and Eliferov, V. (2013), *Biznes-protssesy. Modelirovaniye, vnedreniye, upravleniye* [Business processes. Modeling, implementation, management], tutorial, Mann, Ivanov and Ferber, Moscow, Russia, 544 p.
8. Maltseva, O.I. and Gnedov, G.V. "Innovations in modern trade", available at: <http://orelgiet.ru/docs/monah/79jhg.pdf> (access date August 01, 2016).

Рецензент: д.е.н., професор кафедри економіки та фінансів підприємства Київського національного торговельно-економічного університету І.О. Бланк