



Науковий вісник

Міжнародного гуманітарного
університету



Серія:
Економіка і менеджмент

Серію засновано у 2010 р.

Засновник – Міжнародний гуманітарний університет
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України

Включено до списку друкованих періодичних видань,
що входять до переліку наукових фахових видань України
Наказ Міністерства освіти і науки України № 455 від 15.04.2014 р.
Додаток № 5.

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet
Вченою радою Міжнародного гуманітарного університету
протокол № 3 від 13.11.2015 р.

Видавнича рада:

С. В. Ківалов, акад. АПН і НАПрН України, д-р юрид. наук, проф. – голова ради; **А. Ф. Крижановський**, член-кореспондент НАПрН України, д-р юрид. наук, проф. – заступник голови ради; **М. П. Коваленко**, д-р фіз.-мат. наук, проф.; **С. А. Андронаті**, акад. НАН України; **В. Д. Берназ**, член-кореспондент НАПрН України, д-р юрид. наук, проф.; **О. М. Головченко**, д-р екон. наук, проф.; **Д. А. Зайцев**, д-р техн. наук, проф.; **В. М. Запорожан**, д-р мед. наук, проф., акад. АМН України; **М. З. Згуровський**, акад. НАН України, д-р тех. наук, проф.; **В. А. Кухаренко**, д-р філол. наук, проф.; **І. В. Ступак**, д-р філол. наук, доц.; **Г. П. Пекліна**, д-р мед. наук, проф.; **О. В. Токарев**, Засл. діяч мистецтв України.

Відповідальний редактор серії – д-р фіз.-мат. наук, проф. М. П. Коваленко
Відповідальний секретар серії – О. М. Назарук

Редакційна колегія серії «Економіка і менеджмент»:

Б. В. Буркинський, акад. НАН України, д-р екон. наук, проф.; **А. І. Бутенко**, д-р екон. наук, проф.; **В. С. Дога**, д-р екон. наук, проф.; **О. М. Головченко**, д-р екон. наук, проф.; **Д. В. Гнилицька**, д-р екон. наук, доц.; **В. І. Захарченко**, д-р екон. наук, проф.; **О. М. Котлубай**, д-р екон. наук, проф.; **Є. В. Лазарева**, д-р екон. наук; **П. Сауэр**, канд. екон. наук, проф.; **Р. Габдуллін**, канд. екон. наук, член-кореспондент МАІН; **В. Ласло**, д-р екон. наук; **Б. А. Волков**, д-р екон. наук, проф.; **В. М. Осипов**, д-р екон. наук, проф.; **Д. М. Пармаклі**, д-р екон. наук, проф.; **Л. А. Бахчиванжи**, канд. екон. наук, доц.

Повне або часткове передрукування матеріалів, виданих у збірнику
«Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету»,
допускається лише з письмового дозволу редакції.

При передрукуванні матеріалів посилання
на «Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету» обов'язкове.

Свідоцтво про державну реєстрацію КВ № 20001-9801 ПР від 25.06.2013 р.

Адреса редакції:
Міжнародний гуманітарний університет
вул. Фонтанська дорога 33, м. Одеса, 65009, Україна
Телефон: +38 (099) 967 84 71
Електронна пошта: editor@vestnik-econom.mgu.od.ua
Офіційний сайт: www.vestnik-econom.mgu.od.ua

© Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.

Серія: «Економіка і менеджмент», 2015

© Міжнародний гуманітарний університет, 2015

© Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень
НАН України, 2015

ЗМІСТ

**ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ
ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ**

Сохнич А.Я., Кульбака В.М.
ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ
У ПРИЙНЯТТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ..... 4

Калініченко Б.В.
РОЗВИТОК КОНКУРЕНЦІЇ В КОНТЕКСТІ
ЕКОНОМІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ..... 7

**СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО
І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ**

Маниліч М.І., Штерма Т.В.
УГОДА ПРО АСОЦІАЦІЮ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄС:
ПЕРЕВАГИ ТА ВИКЛИКИ..... 14

Охріменко О.В.
ПРОГНОЗ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ СТРАТЕГІЧНИХ АЛЬЯНСІВ..... 18

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Абрамова М.В.
ВІПЛИВ ЗМІН РІВНЯ ВОЄННО-ЕКОНОМІЧНОЇ СКЛАДОВОЇ
НА ПОТЕНЦІЙНИЙ СТАН ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ
ЗА УМОВ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ 24

Бондар-Підгурська О.В.
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ
ТА РЕАЛІЗАЦІЇ НОВОЇ ЕКОНОМІКИ: СТАЛИЙ ІННОВАЦІЙНИЙ
СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНИЙ РОЗВИТОК 30

Гук Х.З.
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ
ЕКОНОМІКИ НА ГАЛУЗЕВОМУ РІВНІ
(НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ)..... 37

Дерев'яно О.В.
ФАКТОРИ КОНКУРЕНЦІЇ НА РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ..... 42

Конах С.С.
ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ
ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «СФЕРА ПОСЛУГ»..... 46

Леськів О.А.
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ
РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ 50

Лимич Ю.В.
СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОЗНАКИ МЕХАНІЗМІВ ФОРМУВАННЯ
ТА ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ..... 54

Пугачевська К.Й.
СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ І ТЕНДЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ..... 58

Пуначевська К.Й.,

к.е.н., доцент,

доцент кафедри менеджменту та управління економічними процесами,
Мукачівський державний університет

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ І ТЕНДЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ

Анотація. У статті досліджено проблематику впровадження інновацій у діяльність торговельних підприємств. Висвітлено основні тенденції розвитку внутрішньої торгівлі України та інноваційної діяльності торговельних підприємств. Обґрунтовано стратегічні пріоритети та напрями інноваційного розвитку торгівлі.

Ключові слова: інновації, інноваційна діяльність, роздрібна торгівля, інноваційно активні підприємства, економічний розвиток, сфера товарного обігу, інформатизація бізнес-процесів.

Постановка проблеми. За умов становлення ринкової економіки в Україні основним напрямом державної політики є формування інноваційної моделі розвитку всіх галузей національного господарства. Актуальність інноваційної моделі розвитку зумовлюється стрімким зростанням впливу науки та нових технологій на економічний розвиток країни.

Розвиток сфери товарного обігу України потребує пошуку й обґрунтування шляхів впровадження інновацій, що дозволить створити умови стійкого соціально-економічного розвитку як кожного господарюючого суб'єкта, так і суспільства загалом. Впровадження інновацій у галузь роздрібно торгівлі здійснює вплив у різноманітних аспектах: організаційному, економічному, науково-технічному та соціальному.

Об'єктивна необхідність подальшого поглиблення теоретичних і методичних досліджень щодо впровадження інновацій у діяльність підприємств галузі обумовлює актуальність дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у розвиток наукових досліджень з питань сутності інновацій та управління інноваційними процесами внесли такі вітчизняні та зарубіжні фахівці: С. Биконя, І. Балабанов, О. Василенко, А. Власова, О. Волков, В. Гринев, М. Йохна, С. Ільєнкова, В. Мединський, А. Пересада, В. Стадник, Б. Санто, Р. Фатхутдинов та ін. Такі вчені як В. Аполій, Г. Башнянин, І. Бланк, Н. Власова, С. Вовканич, Н. Голошубова, Л. Лігоненко, В. Марцін, І. Підкамінний, В. Черепов та ін. з різних аспектів досліджували сферу роздрібно торгівлі. У їх працях відображено результати багаторічних наукових досліджень, спрямованих на удосконалення різних аспектів управління підприємствами роздрібно торгівлі на макро- та мікроекономічних рівнях.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значну роль роздрібно торгівлі у формуванні ВВП України, в опублікованих працях і статистичних даних публічних джерел практика їхньої інноваційної діяльності відображена неповною мірою, що не сприяє науковому обґрунтуванню довгострокових перспектив розвитку даного виду економічної діяльності.

У сучасній вітчизняній економічній літературі ще недостатньо уваги приділяється комплексному дослідженню мож-

ливостей впровадження інновацій у сферу обігу. Саме тому є потреба у подальшому детальному розгляді та аналізі чинників, що впливають на інноваційну діяльність підприємств, розробці заходів для піднесення інноваційної активності вітчизняних суб'єктів господарювання.

Мета статті. Головною метою роботи є поглиблення теоретичних знань з впровадження інновацій у діяльність підприємств торгівлі, визначення інноваційних пріоритетів розвитку підприємств торгівлі України.

Виклад основного матеріалу. Дослідження сучасних теоретичних та практичних праць вітчизняних та зарубіжних авторів показує, що Україна має значний потенціал для розвитку інноваційної діяльності за умов проведення ефективної державної політики. Інновації здатні підвищити ефективність будь-якого процесу, вивести його на якісно новий рівень, відтак інноваційний напрям розвитку повинен стати для нашої країни пріоритетним. Вагомими детермінантами впливу на підвищення конкурентоспроможності національної економіки стають інноваційні фактори, зокрема науковий рівень виробництва, технологічний рівень капіталу, робоча сила, економія ресурсів і новаторський стиль управління.

Актуальність інноваційної моделі розвитку зумовлюється швидким зростанням впливу нових технологій на економічний розвиток України. Світ вступив в епоху «інтелектуальної економіки», або «економіки знань», де основними джерелами добробуту та провідними факторами виробництва стають інновації, а також творчі досягнення людей. Отже, в сучасних умовах ефективно розвиваються ті підприємства, які вчасно реагують на вимоги ринку, створюють та добре організовують виробництво конкурентоспроможної продукції, забезпечують ефективність перебудови внутрішньовиробничого управління [1, с. 7].

Під інноваційною розуміють економіку, орієнтовану на розробку, випуск, продаж на ринку та споживання продукції, що відігло останні, передові досягнення науки та техніки. Відтак, інноваційною продукцією є не тільки товари у матеріальній формі, але й інтелектуальний товар: технології, алгоритми, програми, тощо [2, с. 24].

У науковій економічній літературі зустрічаємо різні тлумачення сутності поняття «інновації». Під поняттям «інновації у галузі торгівлі» В. Іжевський розуміє «результат інноваційної діяльності у вигляді удосконаленого торгово-технологічного й організаційно-управлінського процесу, метою якого є не лише досягнення економічного та соціального ефекту, а й формування конкурентоспроможних торговельних систем» [3, с. 101].

В. Аполій, Ю. Хом'як вважають, що «інновація – це процес, спрямований на створення, виробництво, розвиток та якісне удосконалення нових видів виробів, технологій, організаційних форм та їх впровадження у практичне застосування з метою отримання економічного ефекту та забезпечення ринкового успіху підприємства чи організації» [4, с. 6].

Так, враховуючи особливості сфери послуг, Ю. Рижкова трактує інновації як «впровадження нових або значно змінених послуг і способів їх надання чи впровадження нових або значно змінених товарів (у випадку, коли інновація в послугах може привести до впровадження нових товарів)» [5, с. 45]. Щодо сфери торгівлі, то під послугою мають на увазі продаж товару.

Складові інноваційної політики (маркетингова політика, політика структурних змін, інвестиційна політика) можуть ініціювати певні інновації, спрямовані на вирішення проблем у певній функціональній сфері. При дослідженні процесів формування інноваційної політики на підприємствах торгівлі враховують вплив сукупності чинників: обсяги господарсько-торгівельної діяльності; стан розвитку матеріальної бази; купівельну спроможність населення; розвиток науки і техніки в державі; виробництво товарів; імпорту товарів; кадровий потенціал галузі; культуру та компетентність управління; податкове законодавство.

За умов переходу економіки України і суб'єктів господарювання до інноваційної моделі розвитку істотно зростає роль системного та своєчасного аналізу інноваційної діяльності підприємства. Процес комплексної оцінки ефективності інноваційної діяльності здійснюють у чотири етапи. Ефективність інновацій, яка виявляється на мікроекономічному та макроекономічному рівнях, – це величина, що визначається конкретною здатністю інновацій зберегти певну кількість трудових, матеріальних і фінансових ресурсів з розрахунку на одиницю створених продуктів, технічних систем, структур.

Основними критеріями оцінювання результатів інновацій є актуальність, значущість та багатоглибина. Ефект від застосування нововведень може характеризуватися збільшенням прибутку, отриманого шляхом економії від зниження собівартості, і збільшенням виручки від зростання обсягу реалізації продукції.

В економічній літературі висвітлюється значна кількість підходів до типології інновацій. Найбільш характерною, на наш погляд, є класифікація інновацій, яка була запропонована топ-менеджером у сфері роздрібною торгівлі Е. Блондо. Він виділяє сім типів інновацій, які є характерними для роздрібною торгівлі [6]: радикальні інновації (інтернет-торгівля); покрокові інновації (поступове збільшення простору для проходу в торговельних площках); соціальні інновації (цілодобово відкриті магазини або модель роботи Seven-Eleven, можливість придбання товарів у кредит, платіжні станції); технічні інновації (використовувана гіпермаркетами та дискаунтерами партитивна упаковка виробників); революційні інновації (технології електронного обміну даними між торговельним підприємством і виробником, комплексні програми для управління ресурсами компанії – ERP-системи); локальні інновації (створення власних торговельних марок); архітектурні інновації (комерційні відносини та технології складування товарів, представлення товарів потенційним покупцям). Зазначені типи поділялися за принципом зміни та вдосконалення комерційних відносин і (або) технологій.

Торгівля як сполучна ланка між товаровиробниками та споживачами не може залишатися за межами економічних тенденцій розвитку суспільства у будь-якій країні. Об'єктивне та суб'єктивне намагання багатьох підприємств досягти лідерства в умовах жорсткої конкуренції та відносного вирівнювання в доступі до ресурсів розвитку в умовах глобалізації зумовлює необхідність модернізації виробництва та впровадження інновацій у господарську діяльність.

Сфера торгівлі в Україні посідає значне місце в національному господарстві, оскільки забезпечує товарно-грошовий обмін у формі купівлі-продажу на суму понад 1,8 трлн грн на

рік, формує 14-15% ВВП, забезпечує зайнятість 25% трудових ресурсів країни.

У сфері товарного обігу відбуваються процеси створення нових типів і форматів магазинів, кількість яких у 2012 році склала 1816 од., що перевищує кількість порівняно з 2005 р. удвічі. На даний час концентрація товарообігу в великих і середніх підприємствах торгівлі досягла 80% в загальнонаціональному товарообігу. Великі торговельні об'єкти мають низку переваг економічного, технологічного і організаційного характеру, що зумовлює їх прискорений розвиток. Вони набувають організаційної форми мереж широкоформатних підприємств роздрібною торгівлі. Мережі таких підприємств носять корпоративний характер і належать великим торгово-промисловим групам: «Фуршет», «Сільпо», «Максі», «Метро кеш енд Керрі», «Ельдорадо», «Епіцентр», «Фокстрот» та ін.

У той же час внутрішня торгівля України продовжує розвиватися в основному екстенсивним шляхом, а для забезпечення якісних перетворень необхідно є активізація інвестиційних процесів у цій сфері, особливо у частині розширення масштабів і асортименту реалізації інноваційної продукції та підвищення якості товарів.

Торгівля є однією із галузей, що мають високий інноваційний потенціал. У торговельній галузі України активно розвиваються передові технології торгівлі та маркетингу, різноманітні інформаційні, технічні та технологічні інноваційні проекти розвитку, які докорінним чином змінюють традиційне уявлення про торговельний бізнес.

Інвестиційна привабливість підприємств роздрібною торгівлі в Україні пов'язана з нерозвиненістю торговельної інфраструктури, значною нестачею торговельних площ, технологічною відсталістю торговельних операцій у більшості підприємств, низьким рівнем конкуренції і слабкими бар'єрами входження на ринок. У той самий час зростають вимоги українських споживачів щодо широкого товарного асортименту, якості товарів і послуг підприємств роздрібною торгівлі, наближення їх до стандартів аналогічних підприємств Європейського Союзу та США.

Процес формування інноваційної політики на підприємствах роздрібною торгівлі повинен здійснюватися на таких принципах: орієнтація на потреби споживача (ринку), інформаційна забезпеченість комерційних рішень, планованість і комплексність, цілеспрямованість [3].

Визначальними характеристиками сфери товарного обігу є: модернізація торгівлі на інноваційних засадах і змішаних інвестиціях; створення сумісних та іноземних підприємств; зростання масштабів експорту та імпорту товарів; експансія іноземного торгового капіталу; розвиток нових мотиваційних механізмів, економічних регуляторів, стандартів, нормативів. [7, с. 9].

Для моніторингу застосування інновацій підприємствами України та розповсюдження такого досвіду в країні останні п'ять років впроваджується європейський підхід і стандарти статистики інноваційної діяльності в економіці. Торгівля в Україні не стоїть осторонь таких глобальних тенденцій економічного розвитку, як інновації. Підтвердженням цього є дослідження багатьох консультативних компаній (у т. ч. «Fast Company», «GfK», «PSFK») щодо розвитку підприємств роздрібною торгівлі та їх інновацій, які свідчать про інноваційні зміни в їхній діяльності [8, с. 255].

Активному розвитку торгівлі в Україні сприяють такі фактори: перевищення темпів збільшення роздрібною товарообігу над темпами зростання реального ВВП України; стабільне

збільшення доходів і витрат населення, темпи якого оцінюються на рівні 7-12% для міського населення України; підвищення купівельної спроможності; переорієнтація споживачів із цінового на якісні параметри під час здійснення купівлі товарів; покращення культури споживання в результаті підвищення вимог як до якості й асортименту товарів, так і до якості обслуговування; розвиток ринкової інфраструктури; високий рівень прибутків галузі та зацікавленість у внутрішніх інвестиціях і/або диверсифікації українських підприємств, де роздрібна торгівля стає одним із пріоритетних напрямів диверсифікації; набуття досвіду та навичок роботи торгівлі й розвиток торгових форматів і мереж тощо [9].

Сфера торгівлі розвивається за заданим інноваційним напрямом економіки країни в цілому. Про підвищення загальної інноваційної активності українських підприємств свідчить, за даними Держкомстату України, збільшення обсягу виконаних науково-технічних робіт у 2013 р. на 4,7% [10].

Інтенсивний розвиток підприємств роздрібною торгівлі останніми роками забезпечується не тільки інвестиціями та інформатизацією бізнес-процесів, але й інноваціями: з'являються нові послуги, застосовуються інші методи ціноутворення і продажів, формуються нові канали збуту, нові правові взаємовідносини з посередниками, впроваджуються нові методи управління персоналом тощо.

За умови актуалізації інноваційного розвитку торговельних підприємств, активізації появи та розвитку нових форматів і концепцій торгівлі традиційні складові успішної діяльності – місце розташування, асортимент, ціна – стають недостатніми умовами для успіху. Відтак, новим підходом є: «інформація – асортимент – ціна – винятковість – новизна – позитивний купівельний досвід (комфорт) – позиціонування та диференціація» [6].

Економічні умови, що склалися сьогодні, вимагають інтенсивної інноваційної діяльності, яка потребує нових поглядів на управління цією діяльністю, виділяючи стратегічні (залучення вітчизняних джерел постачання товарів; освоєння нових методів організації праці та формування торгово-технологічного процесу; пропозиція споживачам товарів із покращеними властивостями) та оперативні аспекти (оперативне планування структури роздрібною товарообігу; розробка системи стимулювання збуту; розробка системи стимулювання інновацій).

Висновки і пропозиції. За умов переходу економіки України до інноваційної моделі розвитку зростає роль системного та своєчасного аналізу інноваційної діяльності підприємств сфери роздрібною торгівлі. Інноваційний розвиток тут повинен здійснюватися одночасно за двома напрямками: науково-технічним (матеріальний аспект) і організаційно-управлінським (нематеріальний аспект), що дає можливість визначити та зафіксувати низку концептуальних положень щодо побудови оптимальної моделі управління інноваційною діяльністю у сфері торгівлі.

Аналіз розвитку торгівлі дає можливість визначити інноваційні пріоритети для України, а саме: активний розвиток електронної торгівлі; впровадження в практику роботи гнучкого електронного ціноутворення, електронних засобів супроводу і штрихового кодування товарів, засобів радіочастотної технології моніторингу рухів відвідувачів; використання інноваційних рішень, для переходу до персоналізованого обліку покушців за рахунок впровадження клубних, дисконтних і карток самообслуговування; комплексна автоматизація усіх бізнес-процесів сучасної роздрібною торгівлі; розробка форматних та товарних новачків, які спрямовані на скорочення часу покушців і надання їм екологічних і раціональних для споживання товарів та послуг.

Необхідність розроблення інноваційної політики на підприємствах роздрібною торгівлі обумовлюється потребою у стратегічному управлінні інноваційною діяльністю. Управління охоплює стратегічні та оперативні аспекти і повинно бути націлене на створення або залучення інновацій та систематичну цілеспрямовану діяльність із вдосконалення існуючих торгово-технологічних і торгово-виробничих процесів.

Література:

1. Інноваційний вектор розвитку торгівлі в Україні / Л. Лігоненко, Г. Красневич // Товари і ринки. – 2011. – № 1. – С. 7-14.
2. Сидоренко В. Інноваційний шлях розвитку економіки України очима практика [Текст] // Інтелектуальна власність. – 2011. – № 9. – С. 24-33.
3. Іжевський В.В. Сучасні підходи до управління інноваційними процесами на підприємстві / В.В. Іжевський // Економіка: проблеми теорії та практики: збірник наукових праць. – Випуск 260: В 6 т. – Т. 1. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2010. – С. 100-110.
4. Сутність і типологія інновацій в торгівлі / Торговля, комерція, підприємництво: збірник наукових праць / [редакц. кол.: Аполій В.В., Дайновський Ю.А., Скибінський С.В. та ін.]. – Львів: Львівська комерційна академія, 2011. – Вип. 12. – С. 5-8.
5. Рижкова Ю.О. Міжнародний досвід обстеження інновацій у сфері послуг / Ю.О. Рижкова // Проблеми науки. – 2008. – № 11. – С. 43-47.
6. Блондо Э. Инновации в розничной торговле / Эрик Блондо // Бизнес-журнал. – 2005. – № 4. – С. 48-51.
7. Глобалізаційні процеси і нові тенденції розвитку внутрішньої торгівлі України / Торговля, комерція, підприємництво: збірник наукових праць / [редакц. кол.: Аполій В.В., Куцик П.О., Шевчук В.О. та ін.]. – Львів: Львівська комерційна академія, 2014. – Вип. 16. – С. 7-13.
8. Совершенна І.О. Розвиток інноваційної діяльності в Україні (Аналіз за європейською методологією) / І.О. Совершенна, І.М. Підкамінний // Інноваційна економіка. – 2012. – № 7. – С. 254-259.
9. Грисюк Ю.С. Оптимізація ланцюга постачань як підґрунтя для забезпечення ефективності ритейл-бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Upsal/2009_6/09gysebr.pdf>.
10. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Пугачевская Е.И. Стратегические направления и тенденции инновационного развития торговли

Анотация. В статье исследована проблематика внедрения инноваций в деятельность торговых предприятий. Освещены основные тенденции развития внутренней торговли Украины и инновационной деятельности торговых предприятий. Обоснованы стратегические приоритеты та направления инновационного развития торговли.

Ключевые слова: инновации, инновационная деятельность, розничная торговля, инновационно активные предприятия, экономическое развитие, сфера товарного обращения, информатизация бизнес-процессов.

Pugachevska K. Strategic directions and innovation development tendencies in trade

Summary. The problem of innovation activity in commercial enterprises is researched in the article. The basic tendencies of domestic trade development in Ukraine and of trade enterprises innovation activity are represented. Strategic priorities of innovation development and trade are grounded.

Keywords: innovations, innovation activity, retail trade, innovation active enterprises, economic development, scope of commodity circulation, informatization of business processes.