

УДК [658.589:658.821]:334.7](477)

Шиндировський І. М.,

igor_muk@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-5632-7163,

Researcher ID: F-8521-2019,

к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та логістики, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ІННОВАЦІЙНІСТЬ ЯК ЕЛЕМЕНТ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Активне залучення інновацій в усі сфери життя суспільства суттєво впливає на економічну, соціальну, культурну та інші сторони його розвитку. Інновації в сучасних умовах необхідно розглядати в якості визначального фактора конкурентоспроможності як суб'єктів господарювання, так і економіки загалом. У зв'язку з цим у статті досліджується поняття інновацій у торгівлі, головне завдання яких полягає у забезпеченні високої якості процесів купівлі-продажу у торговельних підприємствах, товароруху і доведення товару до кінцевого покупця, торговельного обслуговування покупців та високої ефективності торговельної діяльності загалом. У статті досліджено особливості сучасного інноваційного розвитку підприємств торгівлі, наведено класифікацію інновацій у торгівлі за змістом, визначено перспективні рішення щодо інноваційного процесу в підприємствах торгівлі. Розкриваються сучасні перспективи впровадження організаційно-управлінських, торговельно-технологічних, комерційних, економічних та соціальних інновацій у торговельних підприємствах. Означені переваги їх застосування як для покупців і партнерів, так і для самих торговельних підприємств. Для вітчизняних суб'єктів господарювання в торгівлі з метою оптимізації існуючих бізнес-процесів актуальні інновації, що покращують взаємодію з покупцями, сприяють автоматизації технологічних процесів в оптовій та роздрібній торгівлі, вдосконаленню транспортної і складської логістики, дозволяють оптимізувати управління запасами товарів, підвищувати безпеку та контроль за збереженням товарів. Впровадження інновацій за такими напрямками сприятиме пришвидшенню оборотності товарів у торгівлі, оптимізації розмірів їх запасів, ланок товароруху і, як наслідок, підвищенню ефективності функціонування суб'єктів торговельного підприємства та галузі у цілому. За результатами дослідження зроблено висновок про важливість здійснення діагностики інноваційної діяльності в торгівлі, поширення досвіду діяльності інноваційно активних підприємств, а також про необхідність державної підтримки інноваційної діяльності.

Ключові слова: бізнес-процес, інновації, інноваційні технології, конкурентоспроможність, підприємництво, суб'єкт господарювання, торгівля.

Shyndyrovskiy I. M.,

igor_muk@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-5632-7163,

Researcher ID: F-8521-2019,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship, Trade and Logistics, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

INNOVATION AS AN ELEMENT OF THE COMPETITIVENESS OF TRADE ENTERPRISES

Abstract. Active involvement of innovations in all spheres of life of society significantly affects the economic, social, cultural and other aspects of its development. Innovations in modern conditions should be considered as a determining factor of competitiveness of both business entities and the economy as a whole. In this regard, the article explores the concept of innovations in trade, the main task of which is to ensure high quality of purchase and sale processes in trade enterprises, goods movement and delivery of goods to the final buyer, trade service of buyers and high efficiency of trade activities in general. The article explores the features of modern innovative development of trade enterprises, provides a classification of innovations in trade by content, identifies promising solutions for the innovation process in trade enterprises. The modern prospects for the implementation of organizational and managerial, trade and technological, commercial, economic and social innovations in trade enterprises are revealed. The advantages of their application for both buyers and partners, and for the trade enterprises themselves are identified. For domestic business entities in trade, in order to optimize existing business processes, innovations that improve interaction with buyers, contribute to the automation of technological processes in wholesale and retail trade, improve transport and warehouse logistics, allow optimizing inventory management, increase safety and control over the preservation of goods are relevant. The introduction of innovations in such areas will contribute to accelerating the turnover of goods in trade,

optimizing the size of their inventories, links of goods movement and, as a result, increasing the efficiency of the functioning of trade entities and the industry as a whole. Based on the results of the study, a conclusion was made about the importance of conducting diagnostics of innovative activity in trade, disseminating the experience of innovatively active enterprises, as well as the need for state support for innovative activity.

Keywords: business process, innovations, innovative technologies, competitiveness, entrepreneurship, business entity, trade.

JEL Classification: D21, D41, D51, L10, L21, L81, M21, O31, O32

DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2025-83-18>

Постановка проблеми. Суб'єкти господарювання в усіх галузях народного господарства, і в торгівлі зокрема, усвідомлюють зростаючу роль інновацій у напрямку забезпечення організації ефективної діяльності, посилення власних конкурентних переваг, проникнення і завоювання нових цільових ринків тощо. Ми спостерігаємо, як у торговельну галузь нашої країни активно залучаються передові технології торгівлі, маркетингу, нове обладнання, різноманітні інформаційні інноваційні проекти, які у своїй сукупності докорінно змінюють традиційні уявлення щодо організації торговельного бізнесу та його окремих бізнес-процесів.

Однак для створення довгострокових конкурентоспроможних переваг на ринку інноваційна активність має стати постійним елементом конкурентної стратегічної перспективи для всіх суб'єктів ринку і торговельної сфери, зокрема. На думку багатьох науковців, торгівля є найбільш придатною галуззю для інновацій. Від ступеня ефективності інноваційної діяльності в торгівлі в значній мірі залежить результативність задоволення потреб населення в товарах та послугах і отримання відповідного прибутку суб'єктами господарювання, а також перемога у війні і перспектива відбудови нашої держави і її економіки у такий складний період.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій економічній літературі, яка присвячена інноваціям та інноваційному розвитку, значна кількість публікацій стосується дослідження змісту та значення інновацій. У напрямку розкриття такої проблеми вагомий внесок зробили науковці І. Боднар [3], О. Гавриш та інші [4], О. Гуторов та інші [5]. Розробці наукових основ аналізу й управління інноваційною діяльністю та розвитком присвячені роботи І. Олексин [10], Л. Федулової [12]. Інноваційний розвиток суб'єктів господарської діяльності в торгівлі розглядається у роботах В. Апопії та Ю. Хом'яка [1], А. Безуса [2], С. Єрмака [6] та інших. Однак наявний зростаючий інтерес науковців та практиків до розвитку інновацій, необхідність узагальнення сучасних форм інноваційної діяльності у торгівлі вимагають подальших розробок у цьому напрямі.

Постановка завдання. З погляду на зазначене вище основна мета статті полягає у дослідженні теоретичних та практичних проблем впровадження інновацій українськими торговельними підприємствами, визначення перспектив інноваційного

розвитку галузі торгівлі, шляхів підвищення ефективності та конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Визначальним чинником результативності діяльності суб'єктів господарювання в усіх галузях економіки в ринковій системі господарювання є їх конкурентоспроможність, конкурентоспроможність продукції, робіт або послуг, які такий суб'єкт пропонує ринку.

Ефективність функціонування суб'єктів господарювання в умовах високого рівня невизначеності та ризиків стимулює їх до пошуку стратегії, яка б створювала умови для успішного їх розвитку, що ґрунтується на власних конкурентних перевагах в усіх аспектах діяльності: управлінському, господарсько-виробничому, науково-технічному, збутовому, інформаційно-комунікаційному тощо. Важливо розуміти, що конкурентна перевага – це відображення кращої компетентності суб'єкта господарювання у забезпеченні потреб покупців, споживачів, здійсненні окремих аспектів діяльності порівняно з конкурентами.

Важливим елементом конкурентоспроможності суб'єктів господарювання виступає інноваційна складова їх діяльності.

Відповідно до Закону України “Про інноваційну діяльність” інновації - це новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [8].

Як показує досвід розвинених економічних систем, комплексне впровадження інновацій забезпечує можливість суб'єктів господарювання значно пришвидшити свій розвиток. Адже товари, послуги, інші результати діяльності, які характеризуються ознаками інноваційності, на ринку мають вищий попит і забезпечують їх постачальникам більші обсяги доходу порівняно з конкурентами, а відтак є більш конкурентоспроможними. Часто на практиці інновації є перспективою для розвитку цілих галузей економічної діяльності.

Інновації в торгівлі можна трактувати як заміну традиційних підходів, методів, процедур у процесі торговельної діяльності щодо продажу товарів та надання послуг, усталених підходів щодо організаційних форм, торгово-технологічних процесів,

обладнання, технічних засобів, методів планування, обліку, управління на нові прийоми, методи, технології, організаційні рішення, які сприяють формуванню високо розвинутої соціально орієнтованої економіки.

Основне завдання інноваційної діяльності у торгівлі полягає в забезпеченні високої якості процесів купівлі-продажу товарів і обслуговування покупців в торговельних підприємствах та підвищенні ефективності торговельної діяльності в цілому. Інновації в торгівлі можуть підвищувати ефективність функціонування окремих суб'єктів господарювання, загалом ринків та їх окремих сегментів,

удосконалювати та розвивати нові технології, формувати технологічні та міжфункціональні зв'язки на новій основі.

Сучасна наукова думка сформувала значну кількість підходів до класифікації інновацій за різноманітними ознаками. На нашу думку, найбільш вагомим для торгівлі є виділення інновацій за їх змістом. Власний варіант такої класифікації представлений у таблиці 1.

Таблиця 1

Класифікація інновацій у торгівлі за змістом

Напрямок інноваційного розвитку	Перспективні рішення
Організаційно-управлінські	- впровадження нових організаційних форм в торгівлі; - застосування нових підходів моніторингу стану ефективності функціонування галузі; - диверсифікація діяльності торговельних мереж; - формування розподільчих центрів; - вдосконалення організаційної структури суб'єктів торговельного підприємництва; - вдосконалення стилю і методів прийняття рішень; - використання нових способів оброблення інформації; - упровадження нових джерел формування фінансово-ресурсного забезпечення; - запровадження вертикальної та горизонтальної інтеграції за участю суб'єктів торговельного підприємництва; - створення інноваційних кластерів; - запровадження нових форм співробітництва суб'єктів торговельної галузі.
Торговельно-технологічні	- використання сучасних інформаційних продуктів; - застосування алгоритмів аналізу споживчої поведінки для формування індивідуальних пропозицій, знижок, бонусних програм, інших механізмів утримання клієнтів; - термінали самообслуговування в магазинах, безкасири автоматизовані точки самообслуговування; - використання форм і методів електронної торгівлі, інтерактивних торгових вітрин; - використання штрихкування та технології RFID; - електронні цінники; - надолонні каси; - застосування POS-терміналів; - концептуальні магазини, де поєднуються торгівля, розваги й культура; - роботизовані склади; - Інтернет речей; - адаптація торгівлі до вимог сталого розвитку: запровадження багаторазового пакування, зниження витрат енергії, підтримання "зелених" ініціатив тощо; - системи відеоспостереження, антикрадіжкові технології та засоби виявлення шахрайства.
Комерційні	- впровадження нових каналів просування товарів до торговельних підприємств; - застосування нових форм взаємодії з постачальниками та іншими партнерами; - застосування нової цінової політики; - формування нової асортиментної політики; - застосування маркетингових заходів; - удосконалення технологій мерчандайзингу в торговельних підприємствах; - продаж товарів під власними торговими марками; - ребрендинг торговельних мереж; - вихід торговельних мереж на нові ринки; - розвиток альтернативних форм торгівлі; - комерціалізація інновацій.
Економічні	- створення нових об'єктів інфраструктури; - застосування нововведень в обліку товарних запасів, аналізі та аудиті якості торговельних бізнес-процесів.
Соціальні	- поліпшення умов і характеру праці торговельного персоналу; - покращення соціального забезпечення працівників; - використання і упровадження нових методів оцінки праці та економічних стимулів персоналу.

Під організаційно-управлінськими інноваціями необхідно розуміти нові організаційні форми в торгівлі, тобто ті, які суттєво відрізняються від традиційних підходів, нову систему управління та управлінські технології, нову організацію бізнес-процесів у торговельних підприємствах. Переважно такі нововведення виникають внаслідок реінжинірингу існуючих організаційних форм, управлінських технологій та процесів, а також моніторингу функціонування провідних суб'єктів торговельної галузі.

Інновації в сфері управління можуть впроваджувати на будь-якому рівні ієрархії управління бізнес-процесами та за всіма функціями управління: аналізу, планування, організації, мотивації, контролю.

Сучасні інформаційні технології і надалі залишаються важливим елементом удосконалення процесів управління діяльністю суб'єктів торговельного підприємства. Внутрішній менеджмент торговельних мереж, багатьох інших представників торговельної галузі сьогодні неможливо уявити без автоматизованої системи обробки інформації. У багатьох суб'єктів даної галузі окремі бізнес-процеси в значній мірі вже автоматизовано (облік реалізації та запасів товарів, ведення бухгалтерського обліку тощо). Проте й надалі актуальним залишається забезпечення торговельних підприємств та мереж спеціальними програмами і визначення складу індикаторів щодо вироблення управлінських рішень.

Торговельно-технологічні інновації передбачають використання новітніх обладнання, технологій для здійснення сукупності робіт, що забезпечують торговельно-технологічний процес найбільш раціональними способами, враховуючи конкретні умови господарювання. Такі інновації мають позитивний вплив на конкурентоспроможність підприємств торгівлі, оскільки:

- покращують взаємодію з покупцями завдяки забезпеченню покупок максимальним можливим обсягом інформації щодо товарів та послуг, створенню персоналізованих та зручних для клієнтів мобільних додатків, онлайн-платформ, програм лояльності та інших інструментів, що значно спрощують вибір товарів, формування замовлень та комунікацію з покупцями;

- сприяють автоматизації торговельно-технологічних процесів, що позитивно впливає на витрати у межах операційної діяльності, а також спрощує управління та підвищує продуктивність праці;

- дозволяють оптимізувати управління запасами, тобто краще контролювати та оптимізувати запаси товарів у торговельному підприємстві, зменшувати ризики залежання або нестачі товарів;

- сприяють підвищенню безпеки та контролю за збереженням цінностей як для клієнтів, так і для підприємств торгівлі;

- дозволяють торговельним підприємствам аналізувати та узагальнювати поведінку покупців, прогнозувати їх попит, розробляти ефективні маркетингові стратегії.

В даний час у торгівлі отримали активне застосування технології радіочастотної ідентифікації RFID (від англ. Radio Frequency IDentification). Вона приходить на зміну технології штрихового кодування, яка вже не вирішує всього спектра проблем, пов'язаних із необхідністю забезпечення безперервного управління запасами товарів та ланцюгами поставок.

Система RFID передбачає, що товари забезпечуються мікрочіпами або так званими розумними ярликами. Застосування RFID-міток дозволяє торговельним підприємствам відстежувати поставки конкретних товарів, здійснювати їх автоматичне замовлення та контроль за термінами реалізації продукції. Також така система при знятті товару з торговельного обладнання покупцем в інформаційну систему торговельного підприємства надсилає сигнал. При досягненні критичної кількості товарів на полиці система RFID автоматично здійснює замовлення товарів.

Якщо товар не пройшов сканування на касі, то при його винесенні з магазину датчики на виході включають тривожний сигнал, тобто спрацьовує функція захисту від крадіжок. На касі така функція відключається та інформація щодо товару зчитується в торговельному підприємстві востаннє для оновлення інформації про залишки запасів.

Важливим елементом інноваційних технологій є електронні табло (дисплеї), які розміщуються безпосередньо поряд із товарами. Розміщені поблизу товарів такі табло дозволяють покупцеві отримати інформацію щодо різних характеристик товару, який його зацікавив.

Електронні цінники особливо актуальні в магазинах самообслуговування. Логіка їх застосування досить проста. З метою уникнення постійно повторюваної роботи з роздрукування і заміни паперових цінників електронні пристрої виводять інформацію про вартість товарів. При зміні вартості товару працівник торговельного підприємства вносить зміни до бази даних і вона автоматично з'являється на дисплеї.

Онлайн-торгівля в нашій державі набула нового значення. Українці активно переходять до цифрових платформ, що стимулює бізнес інвестувати в ІТ-інфраструктуру. Багато рітейлерів вкладали кошти у власні сайти, мобільні застосунки, CRM-системи та логістичні сервіси. Активно запроваджуються стратегії, коли покупці можуть розпочати формування замовлення онлайн, а завершити – безпосередньо у торговельному підприємстві, або навпаки.

Персоналізоване обслуговування – це ще один напрямок запровадження інновацій у торгівлі. Рітейлери активно застосовують алгоритми аналізу споживчої поведінки, результати яких дозволяють формувати індивідуальні пропозиції товарів, бонусні програми, знижки та інші механізми заохочення та утримання клієнтів.

У містах з'являються нові формати торговельних підприємств – безкаси́рні магазини, автоматизовані точки самообслуговування, інтерактивні торговельні вітрини тощо. Торговельна мережа

“Сільпо” активно розвиває концептуальні магазини, в яких органічно поєднуються торгівля, розваги й культура.

З огляду на зростаючу екологічну свідомість населення торговельна сфера адаптується до вимог сталого розвитку: впроваджуються багаторазові пакування, знижуються витрати енергії, підтримуються “зелені” ініціативи тощо.

Все більшої популярності в народному господарстві набуває Інтернет речей (Internet of Things, скорочено IoT). Зміст таких інновацій полягає у використанні пристроїв та датчиків для збору різноманітних даних, що дозволяє автоматизувати процеси управління в господарській діяльності. Така технологія працює на базі програмного забезпечення та/або інших технологій, а зв'язок між пристроями та системами здійснюється через Інтернет.

Основними сферами застосування Інтернету речей у торгівлі є такі.

По-перше, покращення взаємодії з покупцями. Основними елементами такого напрямку є:

- Навігація в торговельному підприємстві. Датки з використанням такої технології допомагають покупцям добре орієнтуватися в торговельному підприємстві, знаходити необхідні товари, отримувати інформацію щодо акцій.

- Отримання персоналізованих пропозицій. Технологія дозволяє збирати й аналізувати інформацію щодо поведінки покупців у торговельному підприємстві та пропонувати для них товари, що відповідають їх інтересам, актуальні рекламні акції, персоналізовані знижки тощо.

- Безконтактна оплата товарів. Завдяки сучасним технологіям оплата товарів може здійснюватися за допомогою безконтактних технологій, тобто мобільних пристроїв, NFC (англ. Near Field Communication – комунікація ближнього поля, що трактується як бездротовий зв'язок на невеликих відстанях) та інших. Це значно прискорює процес торговельного обслуговування покупців.

- Розумні дзеркала. Тут застосовуються технології, що дозволяють віртуально приміряти одяг та інші речі, надавати покупцеві інформацію щодо товару та його наявності в торговельному підприємстві, рекомендувати супутні товари.

- Управління чергами. Датчики руху покупців у торговельному підприємстві, аналітика відеопотоків допомагають оптимізувати роботу кас обслуговування, зменшити у них черги та покращити обслуговування покупців.

По-друге, оптимізувати логістичну діяльність і управління товарними запасами. Основні інновації за таким напрямком:

- Відстеження місцезнаходження товарів. Датчики та GPS-трекери забезпечують можливість відстежувати місцезнаходження товарів у реальному часі, доставляти їх за оптимальними маршрутами.

- Розумні склади, які дозволяють автоматизувати процеси приймання, зберігання та відвантаження товарів на складах, у розподільчих центрах.

- Здійснення контролю за умовами зберігання товарів відповідно до їх фізико-хімічних властивостей. Датчики температури та вологості допомагають створювати і підтримувати належні умови зберігання товарів, особливо таких, які швидко псуються.

- Оптимізація запасів товарів. Сучасні технології допомагають аналізувати попит на товари, здійснювати прогноз їх потреби, управляти запасами в напрямку уникнення нестачі або надлишку товарів.

По-третє, зниження витрат та покращання безпеки та збереження товарів у торговельних підприємствах. Перспективні інновації наступні:

- Забезпечення енергоефективності, економії витрат на комунальні послуги. Сучасні технології дозволяють контролювати споживання електроенергії в торговельному підприємстві, регулювати освітлення та температуру повітря в торговому залі залежно від кількості відвідувачів, погодних умов.

- Контроль якості роботи торговельного та іншого обладнання. Дозволяють відстежувати стан і якість роботи обладнання (холодильників, касових апаратів, ваг тощо) та інформувати про можливі несправності; автоматично виявляти та попереджати інші несправності в торговельному підприємстві (витоки газу, води і т. д.).

- Забезпечення безпеки і запобігання крадіжкам у торговельному підприємстві. Відеоспостереження з аналітикою потоків відвідувачів допомагають запобігати крадіжкам у торговому залі та виявляти підозрілу активність.

Комерційні інновації торговельних підприємств стосуються застосування нових каналів просування товарів до торговельних підприємств, маркетингових заходів, нових форм взаємодії з постачальниками та іншими партнерами, нових методів цінової політики, нових підходів до формування асортиментної політики, мерчандайзингу, організації продажів товарів під власними торговими марками, ребрендингу торговельних мереж, виходу торговельних мереж на нові ринки; розвитку альтернативних форм торгівлі тощо. Вони дозволяють суб'єктам торговельного підприємництва успішно конкурувати на своєму специфічному ринку.

Вагоме місце в комерційних інноваціях займають стратегії торговельних підприємств щодо формування асортименту товарів. Такі стратегії можуть застосовуватися для посилення власного впливу на окремих ринкових сегментах завдяки зменшенню асортиментної пропозиції або через розширення номенклатури товарів як інструменту агресивної конкурентної стратегії з метою витіснення конкурентів.

Торговельні мережі активно просувають на ринок власні торговельні марки, які дозволяють сформувати індивідуальний набір товарів. Це дозволяє збільшити пропозицію та обсяги реалізації за рахунок наявності якісних товарів та за відносно низькими цінами. Більше того, торгові марки можна розглядати і як спосіб формування спектра

пропозицій, які об'єднують товари і послуги в єдину систему з метою формування для споживача вже готових рішень.

Економічні інновації спрямовані на зміну методів і способів планування всіх напрямів господарсько-торговельної діяльності, зниження витрат, вдосконалення матеріально-технічної бази, об'єктів інфраструктури, раціоналізацію системи обліку тощо.

У процесі обґрунтування соціальних інновацій у торгівлі увага зосереджується на поліпшенні умов та характеру праці, соціального забезпечення працівників, психологічного клімату в колективі тощо.

Процес впровадження інновацій у торговельних підприємствах передбачає певні зміни в їх діяльності. Сам процес застосування інновацій передбачає такі етапи, як моніторинг діяльності торговельних підприємств та виявлення недоліків і місць, які можна покращити, діагностика стану інноваційного розвитку підприємства, розробка пропозицій щодо застосування інновацій у підприємстві, оцінювання ефекту від запровадження інновацій.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Основне завдання впровадження інновацій у торгівлі полягає в досягненні високої ефективності процесів купівлі-продажу і товаропросування, в забезпеченні високого рівня торговельного обслуговування населення та ефективної торговельної діяльності в цілому. Формування конкурентних переваг, динамічний розвиток підприємств торгівлі не можливі без створення і впровадження інноваційних технологій. Про це переконливо доводить розвиток провідних вітчизняних та закордонних суб'єктів торговельної діяльності. Відтак потрібно сприяти застосуванню практик створення і впровадженню інновацій у торгівлі, стимулювати їх.

Подальший розвиток інноваційної діяльності в торгівлі потребує як розробки методики діагностики стану інноваційної діяльності в торгівлі, так і поширення передового досвіду діяльності інноваційно активних торговельних підприємств, а також державної підтримки інноваційної діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Апопій В. В., Хомяк Ю. М. Сутність і типологія інновацій в торгівлі. *Торгівля, комерція, підприємництво*. 2011. Вип. 12. С. 5-8.
2. Безус А. М., Шевчун М. Б., Безус П. І. Перспективи інноваційного розвитку роздрібної торгівлі в Україні. *Економіка та держава*. 2019. № 5. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/5_2019/7.pdf.
3. Боднар І. Р. Інноваційні аспекти підприємницької діяльності в умовах глобалізації. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2024. Вип. 76. С. 40-50.
4. Гавриш О. М., Пильнова В. П., Пісковець О. В. Інноваційне підприємництво: сутність, значення та проблеми в сучасних умовах функціонування. *Економіка та держава*. 2020. № 12. С. 109-113.
5. Гуторов О. І., Ярута М. Ю., Сисоєва С. І. Економіка та організація інноваційної діяльності.

Харків : Харківський національний аграрний університет ім. В. В. Докучаєва, 2019. 227 с.

6. Єрмак С. О. Торгово-технічні інновації в торгівлі на сучасному етапі розвитку країни. *Ефективна економіка*. 2014. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4035>.

7. Козлова В. М. Розвиток інноваційного підприємництва в інноваційних екосистемах. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2024. Вип. 76. С. 66-74.

8. Про інноваційну діяльність : Закон України від 4 липня 2002 р. № 40-IV. *Верховна Рада України. Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>.

9. Про схвалення Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 10 липня 2019 р. № 526-р. *Верховна Рада України. Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-p#n1>.

10. Олексин І. І. Управління інноваційною активністю в системі торговельного обслуговування. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2024. Вип. 76. С. 88-98.

11. Пугачевська К. Й. Інновації в торгівлі: стан та перспективи в умовах глобалізації. *Фінансова система України в умовах економічної та фінансової глобалізації світу : збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції 15 грудня 2017 р.* 2017. Т. 1. С. 100-102.

12. Федулова Л. Бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємств торгівлі. *Вісник КНЕУ*. 2017. Вип. 3. С. 48-64.

REFERENCES

1. Apopii, V. V. and Khomiak, Yu. M. (2011), *Sutnist i typolohiia innovatsii v torhivli. Torhivlia, komertsiiia, pidpriemnytstvo*, vyp. 12, s. 5-8.
2. Bezus, A. M., Shevchun, M. B. and Bezus, P. I. (2019), *Perspektyvy innovatsiinoho rozvytku rozdrubnoi torhivli v Ukraini. Ekonomika ta derzhava*, № 5, available at: http://www.economy.in.ua/pdf/5_2019/7.pdf.
3. Bodnar, I. R. (2024), *Innovatsiini aspekty pidpriemnytskoi diialnosti v umovakh hlobalizatsii. Visnyk Lvivskoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, vyp. 76, s. 40-50.
4. Havrysh, O. M., Pylnova, V. P. and Piskovets, O. V. (2020), *Innovatsiine pidpriemnytstvo: sutnist, znachennia ta problemy v suchasnykh umovakh funktsionuvannia. Ekonomika ta derzhava*, № 12, s. 109-113.
5. Hutorov, O. I., Yaruta, M. Yu. and Sysoieva, S. I. (2019), *Ekonomika ta orhanizatsiia innovatsiinoi diialnosti. Kharkivskyi natsionalnyi aharnyi universytet im. V. V. Dokuchaeva, Kharkiv*, 227 s.
6. Yermak, S. O. (2014), *Torhovo-tekhichni innovatsii v torhivli na suchasnomu etapi rozvytku krainy. Efektyvna ekonomika*, № 11, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4035>.

7. Kozlova, V. M. (2024), Rozvytok innovatsiinoho pidpriemnytstva v innovatsiinykh ekosystemakh. *Visnyk Lvivskoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, vyp. 76, s. 66-74.

8. Pro innovatsiinu diialnist : Zakon Ukrainy vid 4 lypnia 2002 r. № 40-IV. *Verkhovna Rada Ukrainy. Zakonodavstvo Ukrainy*, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>.

9. Pro skhvalennia Stratehii rozvytku sfery innovatsiinoi diialnosti na period do 2030 roku : Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 10 lypnia 2019 r. № 526-r. *Verkhovna Rada Ukrainy. Zakonodavstvo Ukrainy*, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-p#n1>.

10. Oleksyn, I. I. (2024), Upravlinnia innovatsiinoiu aktyvnistiu v systemi torhovelnoho

obsluhovuvannia. *Visnyk Lvivskoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, vyp. 76, s. 88-98.

11. Puhachevska, K. Y. (2017), Innovatsii v torhivli: stan ta perspektyvy v umovakh hlobalizatsii. *Finansova systema Ukrainy v umovakh ekonomichnoi ta finansovoi hlobalizatsii svitu : zbirnyk materialiv Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii 15 hrudnia 2017 r.*, T. 1, s. 100-102.

12. Fedulova L. (2017), Biznes-modeli innovatsiinoho rozvytku pidpriemstv torhivli. *Visnyk KNEU*, vyp. 3, s. 48-64.

Стаття надійшла до редакції 27 липня 2025 року