DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-72

УДК 336.71:659

ВПЛИВ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ НА ПОЛІТИКУ РОЗПОДІЛУ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ ЯК ЕЛЕМЕНТУ МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСУ

THE IMPACT OF THE KNOWLEDGE ECONOMY ON THE POLICY OF DISTRIBUTION OF TRADE ENTERPRISES AS AN ELEMENT OF THE MARKETING COMPLEX

Куценко Тетяна Миколаївна
кандидат економічних наук, доцент,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
ORCID: https://orcid.org/0000-0001-7800-2987

Терованесова Олександра Юріївна
кандидат економічних наук, доцент,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
ORCID: https://orcid.org/0000-0001-9323-8699

Помазан Софія Іванівна
магістр,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-3015-548X

Kutsenko Tetiana, Terovanesova Oleksandra, Pomazan Sofiya
V.N. Karazin Kharkiv National University

У статті доведено необхідність дослідження принципів розташування підприємств торгівлі як невід'ємної частини маркетингового комплексу, а також охарактеризовано вплив економіки знань і процесів інформатизації суспільства на розподіл підприємств торгівлі. Проаналізовано існуючі підходи до розуміння поняття економіки знань різними вченими та маркетингову політику розподілу як основний показник рівня розвитку дистрибуційної сфери, що зазнала найбільших змін в результаті поширення концепції економіки знань. Обґрунтовано підходи до інформатизації процесу дистрибуції товарів та послуг, що враховують останні тенденції, які характеризують світовий інформаційний простір. Встановлено, що основним напрямом в інформатизації процесу дистрибуції товарів та послуг є формування та розвиток відкритих логістичних мереж та організації системи глобального відстеження вантажних потоків.

Ключові слова: економіка знань, інформатизація, маркетингова політика розподілу, підприємства торгівлі, інформаційне суспільство.

The article proves the necessity of studying the principles of location of trade enterprises as an integral part of the marketing complex, and also characterizes the impact of the knowledge economy and the processes of informatization of society on the distribution of trade enterprises. The existing approaches to understanding the concept of knowledge economy by different scientists and the marketing policy of distribution as the main indicator of the level of development of the distribution sphere, which has undergone the greatest changes as a result of the spread of the concept of knowledge economy, are analyzed. The approaches to informatization of the process of distribution of goods and services are substantiated, taking into account the latest trends that characterize the world information space. It is proposed that in the context of informatization of the process of distribution of goods and services, special attention should be paid to the use of digital technologies for tracking transport and cargo; fleet management based on modern data collection systems in real time; optimization of the development, planning and modification of routes; inventory management and forecasting, based on the use of Internet of Things sensors for monitoring warehouse and production stocks. It is established that the main direction in the informatization of the process of distribution of goods and services is the formation and development of open logistics networks and the organization of a global cargo tracking system. Especially such trends are characteristic of the B2C segment, accompanied by a shift towards closer interaction between suppliers and consumers of

© Куценко Т.М., Терованесова О.Ю., Помазан С.І.

transport and logistics services and the convergence of functional operations to ensure a high degree of tracking of transport and cargo flows, as well as improving information services for notification of cargo arrival, updated in real time.

Keywords: knowledge economy, informatization, marketing distribution policy, trading enterprises, informational society.

Постановка проблеми. Сучасний стан економічних відносин в Україні характеризується поступовим переходом до нового етапу постіндустріальної економіки – економіки знань, у зв'язку з чим гостро постають проблеми адаптації традиційних підходів до управління підприємствами торгівлі, зокрема проблема організації руху товарів від виробника до кінцевого споживача. Результати аналізу перешкод, з якими стикалися високорозвинені країни, набуваючи ознак економіки знань, та оцінка перспектив розвитку даної моделі економіки, дозволили виділити певні аспекти та особливості політики розподілу підприємств торгівлі в контексті формування маркетингового комплексу, які потребують подальшого удосконалення та пристосування до існуючої системи вже найближчим часом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями тлумачення сутності поняття «економіка знань», її впливу на сучасне суспільство займалися такі вчені, як В. М. Геєць [1], В. В. Білоцерківець [2], А. В. Ляшенко [2], В. В. Глухов [3], О. І. Сахненко [4]. Проблематика формування ефективного маркетингового комплексу підприємств торгівлі та його складових в умовах трансформаційних змін і становлення нових суспільних відносин досліджена в роботах Л. І. Федулова [5], С. Г. Турчіна [6], М. А. Ажажа [7], А. Л. Гапоненко [8], Б. З. Мільнер [9] та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проте, незважаючи на значну кількість наукових праць, дослідження інструментів політики розподілу підприємств торгівлі в системі маркетингового комплексу в умовах економіки знань, що здатні змінити концептуальні підходи до взаємозв'язку елементів та співвідношення між ними, є незаповненою нішею та потребують подальшого наукового обґрунтування.

Формулювання цілей статті. Головною метою цієї роботи є аналіз впливу економіки знань на політику розподілу підприємств торгівлі як елементу маркетингового комплексу та обґрунтування напрямів подальшого формування даної політики в умовах постіндустріального суспільства.

Виклад основного матеріалу дослідження. За останні десятиліття економічна структура більшості держав світу піддалася суттєвим змінам. На ряду з різноманітними соціально-культурними зрушеннями, вагомою причиною процесу трансформації економіки став науково-технічний прогрес та поява нових засобів комунікації. Характерною рисою даного процесу є інтеграція наукових інновацій та інформаційно-комунікаційних технологій у кожну ланку людського життя, що призвело до появи нового елементу секторальної моделі економіки – четвертинного сектору. У зв'язку з цим все частіше у працях як зарубіжних, так і українських економістів можна зустріти дефініцію «економіка знань». Її роль та призначення полягає у створенні теоретичної концепції інформаційного суспільства, серед основних завдань якого можна виокремити наступні:

– побудова глобального інформаційно-комунікаційного простору та забезпечення входження країн до нього;

– створення єдиного ринку інформації та знань як факторів виробництва;

– сприяння перетворенню інформаційних ресурсів в такі, що допомагають соціально-економічному розвитку країни;

– забезпечення постійного задоволення потреб суспільства в якісних інформаційних товарах та послугах;

– прискорення розвитку четвертинного (інформаційного) сектору економіки, посилення його взаємодії з іншими секторами економіки задля підвищення темпів загального економічного зростання;

– залучення на різних етапах економічного розвитку інформаційно-комунікаційні технології, засоби обчислювальної техніки і телекомунікації;

– розробка стратегії подальшого розвитку інформаційного суспільства в світі;

– підвищення рівня цифрової освіченості населення, використання науково-технічної бази з метою розширення можливостей інформаційного обміну на державному та міжнародному рівнях.

Для більшості країн світу з постіндустріальним типом економіки перехід до еконо-

міки знань є закономірним та майже безперешкодним. Незважаючи на той факт, що з огляду на ряд економічних, соціально-політичних та історичних причин перехід України до даного етапу розвитку є більш стриманим та відбувається із запізненням в порівнянні з іншими країнами, заперечувати його притаманність існуючій в нашій країні моделі економіки неможливо. Про це свідчить сучасна наукова література, а саме спроби багатьох вітчизняних наукових діячів дати власне унікальне визначення поняття «економіка знань», порівняльна характеристика яких наведена у табл. 1. Таким чином, дослідивши різноманітні підходи до трактування поняття «економіка знань» та проаналізувавши внесок вчених у дослідження даного питання, можна дійти висновку, що економіка знань – це такий етап розвитку економіки в постіндустріальному суспільстві, за якого рушійним фактором формування економічної системи та підвищення її конкурентоспроможності є інформація та знання, що зосереджені в людському капіталі. Як зазначають фахівці в сфері обслуговування споживачів торговельне підприємство – це первинна або основна ланка сфери торгівлі, воно є самостійним господарюючим суб'єктом з правом юридичної особи, що призначене для закупівлі та реалізації і зберігання товарів. Додатковими функціями

Таблиця 1

Огляд існуючих підходів щодо визначення сутності поняття «економіка знань»

Автор, джерело	Визначення дефініції «економіка знань»
Геєць В. М. [1]	Економіка, в якій домінуючим фактором є процеси накопичення та використання знань; спеціалізовані (наукові) знання, як і повсякденні, стають важливим ресурсом, який поряд з працею, капіталом і природними ресурсами забезпечує зростання і конкурентоспроможність економічної системи
Білоцерківець В. В., Ляшенко А. В. [2]	Етап розвитку постіндустріальної економіки, за якого інтелект і знання людини, інформаційні й інші високі технології перетворюються у вирішальний фактор, який визначає тенденції виробничої і соціально-економічної трансформації суспільства
Глухов В. В., Коробко С. Б., Мариніна Т. В. [3]	Система загальних уявлень, сукупність досягнень практики, систему методів створення умов для функціонування і підтримки науково-дослідної діяльності
Сахненко О. І. [4]	Закономірна і об'єктивно обумовлена, більш висока у порівнянні з індустріальною фазою (стадією) розвитку суспільства господарююча підсистема, за якої ключовими факторами економічного зростання є посилення впливу наукової та інноваційної діяльності, освіти, наукових та інформаційних технологій, які саме і дозволяють при динамічних змінах потреб суспільства генерувати безперервний потік нововведень у виробництво
Федулова Л. І. [5]	Економіка, яка створює, розповсюджує та використовує знання для забезпечення свого зростання і конкурентоспроможності. У такій економіці знання збагачують усі галузі, всі сектори і всіх учасників економічного процесу. Вона не тільки використовує знання в різноманітній формі, але й створює їх у вигляді науково-технічної та високотехнологічної продукції, високо-кваліфікованих послуг і освіти
Турчіна С. Г. [6]	Економіка, в якій більшу частину валового внутрішнього продукту забезпечено діяльністю з виробництва, оброблення, зберігання і розповсюдження інформації і знань
Ажажа М. А. [7]	Економіка, заснована на знаннях, відображає визнання того, що наукові знання та спеціалізовані унікальні навички їхніх носіїв стають головним джерелом і ключовим фактором розвитку матеріального та нематеріального виробництва, забезпечуючи стійкий економічний розвиток
Гапоненко А. Л. [7]	Економіка, яка створює, розповсюджує та використовує знання для забезпечення свого росту та конкурентоспроможності
Мільнер Б. З. [8]	Новий тип розвитку економіки, в якій знання відіграють вирішальну роль, а їх виробництво є джерелом зростання

можуть бути надання різноманітних супутніх послуг заради задоволення потреб ринку та отримання ще більшого прибутку [1]. Беручи до уваги той факт, що розглядати політику розподілу підприємств торгівлі необхідно як невід'ємний елемент маркетингового комплексу, вважаємо за потрібне звернутися до поняття «маркетингова політика розподілу».

Категорія, що вперше була сформована в другій половині XX століття, використовується для позначення сукупності дій певного підприємства з планування, втілення та контролю фізичних переміщень продукції з місць її виготовлення до місць використання з метою задоволення потреб споживачів та отримання підприємством прибутку.

До головних задач, які маркетингова політика розподілу ставить перед собою, можна віднести наступні:

– організація технології фізичного переміщення товарів, вдосконалення і координація системи товароруху;

– розробка та оптимізація графіків роботи персоналу;

– модернізація структури асортименту продукції;

– ризик-менеджмент, зокрема планування альтернативних маршрутів на випадок виникнення форс-мажорних ситуацій;

– виведення технічного і технологічного принципів переміщення товару на новий рівень;

– забезпечення гнучкості механізмів постачання товарів залежно від потреб та цілей, які ставлять перед собою підприємства торгівлі;

– дослідження потенційних товарних ринків.

Дослідження існуючих торговельних підприємств різних масштабів, а саме критеріїв, на які вони спиралися при виборі свого місця розташування, дозволяє констатувати той факт, що політика розподілу підприємств торгівлі зазнала суттєвих змін із поширенням концепції економіки знань. За останні декілька десятиліть акцентуація чинників розміщення підприємств торгівлі змістилася з сировинного, працересурсного та соціально-географічного в бік наукового та матеріально-технічного. Зростання інтересу з боку компаній до розташування поряд із науковими центрами та провідними вищими учбовими закладами, де здійснюють наукові дослідження та готують кваліфікованих фахівців, пов'язане із концептуальними основами економіки знань – фокусування на людському капіталі. Тобто, саме орієнтація на залучення компетентних професійних кадрів вплинула на локалізацію більшості сучасних торговельних підприємств. Наступним аспектом, який зазнав трансформацій внаслідок популяризації досягнень інноваційної діяльності, стало розширення сфери впливу підприємств торгівлі. Серед характерних для даного процесу рис можна виділити наступні:

– перехід між мікро-, макро- та наднаціональним рівнями економічного впливу пришвидшився за рахунок розвитку ІКТ, що значно спростило процес захоплення ринку збуту та скоротило його у часі;

– відстежування тенденцій розвитку ринку товарів полегшилося завдяки швидкості та ефективності розповсюдження інформації;

– удосконалився технологічний рівень виробництва продукції;

– відбулася інформатизація процесу дистрибуції товарів та послуг, що сприяло вирішенню ряду логістичних завдань.

Деякі підприємства, що знаходились у кризовій ситуації, також змогли знайти вирішення існуючих проблем завдяки переходу країни до економіки знань. Цей перехід допоміг окремим типам підприємств позбутися конкретної локалізації (фізичної прив'язки до певного місця розташування). Часткове або повне переведення діяльності в онлайн режим не позначилося на якості товарів або послуг, які надає компанія, натомість значно скоротилися її матеріальні (оренда приміщення, залучення кадрів) та нематеріальні (час та зусилля, виділені на розв'язання матеріальних задач) витрати. Особливо процеси інформатизації етапів дистрибуції товарів та послуг посилилися під час пандемії коронавірусу та дії обмежувальних заходів. Зміни в дистрибуції товарів, спричинені інформатизацією, можна описати наступними характерними особливостями [10]:

По-перше, це підвищення точності прогнозів попиту. Якщо в подальшому інформаційні мережі будуть розвиватися такими же темпами з використанням інтелектуальних інструментів аналізу, а дистрибуційні системи підтримуватимуть тенденцію до виробництва та розповсюдження товарів і послуг в режимі реального часу, це допоможе роздрібним торговцям уникнути ризиків, спричинених ринковою невизначеністю, зменшити витрати на запаси непотрібних товарів. Такі тенденції призведуть до кризи основних функцій оптової торгівлі та переміщення ініціативи до роз-

дрібних торговців, які володіють інформацією про ринок та більш орієнтуються у вподобаннях споживачів;

По-друге, підвищення ефективності роботи за рахунок автоматизації офісів, магазинів та роботи підприємств торгівлі в цілому. Розрізняють два способи впровадження автоматизації: у першому випадку інформатизація спрямовується на оптимізацію рутинних завдань, у другому іде орієнтація на точність прогнозів попиту на управлінському рівні;

По-третє, скорочення часу, необхідного для передачі та обробки інформації. Етапи маркетингової політики розподілу, що зазвичай регулюються умовами контрактів, можна розділити на прийом замовлення, підготовку, сортування та доставку товарів. Тому, якщо час роботи від прийняття замовлення до сортування скорочується, сфера доставки розширюється, тобто це дозволяє доставляти товари на території, що знаходяться далі, за коротший проміжок часу (рис. 1).

За результатами досліджень вітчизняного ринку електронної комерції у 2020 році встановлено, що збільшилися ємність ринку на 41% з початку пандемії коронавірусу. Наприклад, ринок електронної комерції у 2020 році став одним із найдинамічніших в Україні. Він досяг обсягу 4 млрд. долл, або 8,8% від загального обсягу роздрібних продажів. У той же час за останні 5 років ринок зріс майже втричі. Очікується, що протягом наступних п'яти років зростання подвоїться. Ключовими факторами, що впливають на зростання електронної комерції в країні, є: збільшення проникнення Інтернету та кількості користувачів смартфонів, обмеження, пов'язані з пандемією коронавірусу, а також підвищення довіри до цифрових платіжних систем. Динаміка рівня електронної комерції та її частки у роздрібній торгівлі підтверджує висновки дослідників щодо бурхливого розвитку даної сфери в сучасних умовах (рис. 2).

Важливість та необхідність підтримки процесів інформатизації визнаються і на державному рівні, що підтверджується існуванням програмних документів, що регулюють відносини в цій сфері. Законом України «Про Концепцію Національної програми інформатизації» схвалено загальні принципи реалізації державної політики у сфері інформатизації, що значно прискорило процес інформатизації суспільства на основі концентрації ресурсів на пріоритетних проектах та напрямках [13].

Одним із важливих завдань в умовах подолання наслідків економічного спаду через пандемію та військову агресію проти України є підвищення ефективності роботи галузей національної економіки, зокрема підприємств торгівлі, за рахунок оптимізації виробничо-транспортної структури та координації роботи всіх адміністративних підрозділів. Для цього необхідно створити комплекс автоматизованих систем обробки та управління даними на різних рівнях і різного призначення, пов'язаних між собою за принципами технології, організації, документації, програмної та інформаційної сумісності для формування цілісної інформації. інфраструктури. Необхідно забезпечити індивідуальні рішення комплексних завдань автоматизації виробництва, засно-

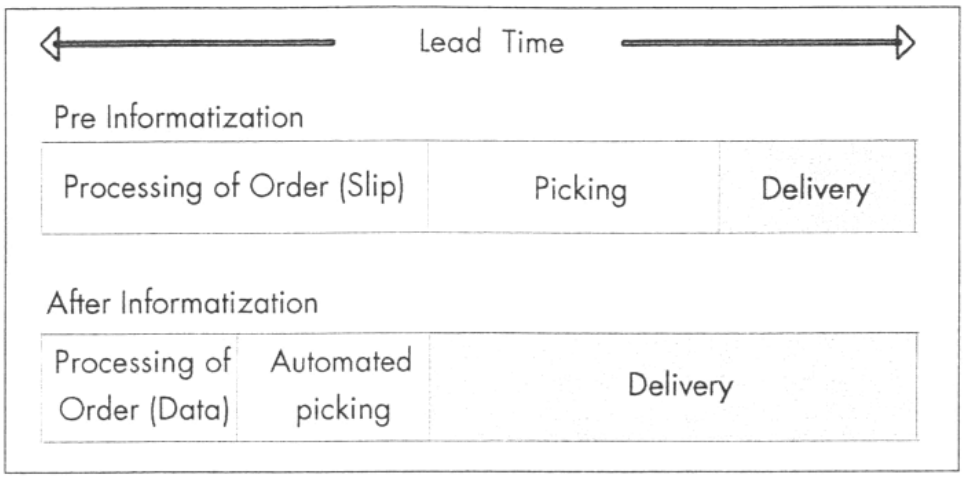

Рис. 1. Трансформація етапів маркетингової політики розподілу під впливом інформатизації в контексті економіки знань

Джерело: побудовано на основі [11]

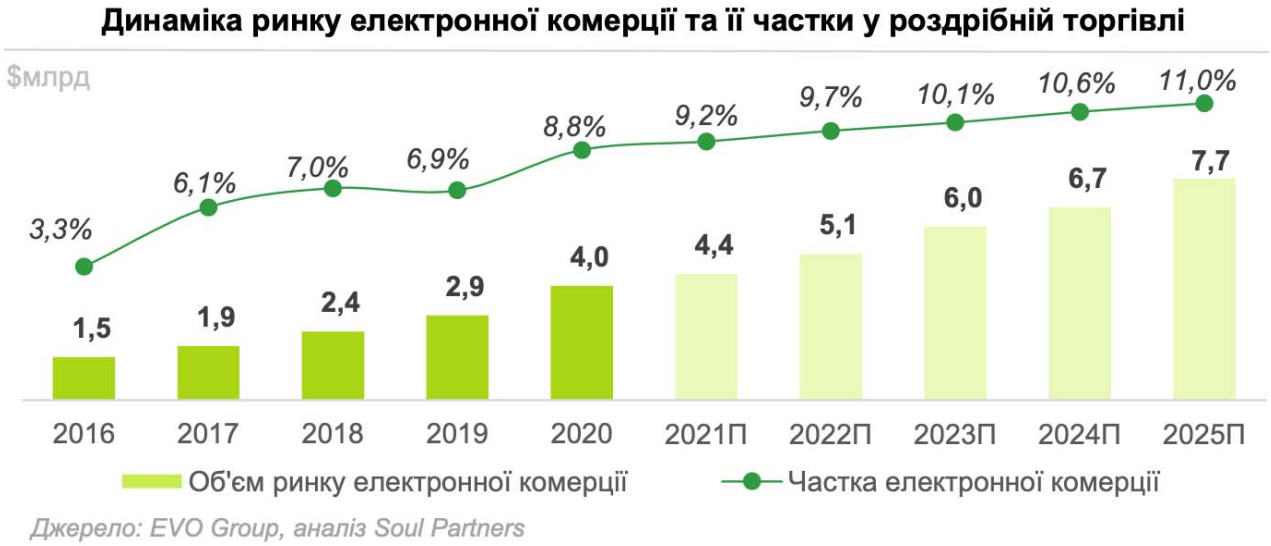

Рис. 2. Динаміка рівня електронної комерції та її частки у роздрібній торгівлі

Джерело: побудовано на основі [12]

вані на сучасних стандартах і технологіях, що охоплюють процес від проектування і підготовки виробництва до безпосередньої автоматизації виробництва.

Таким чином, кардинально змінилися підходи до інформатизації процесу дистрибуції товарів та послуг під впливом бурхливого розвитку інформаційних технологій, зростання бази онлайн-покупців, тотального захоплення соціальними мережами потенційних споживачів, зниження вартості доставки та можливості безкоштовного повернення товару. В умовах інформатизації процесу дистрибуції товарів та послуг окрему увагу слід приділити використанню цифрових технологій, зокрема:

– відстеження транспорту та вантажів, що дозволяє здійснювати моніторинг товарних та транспортних потоків. Для підвищення безпеки транспортних і логістичних операцій використовується технологія відстеження транспортних засобів і контейнерів за допомогою GPS по всьому ланцюгу поставок, а також датчики на основі RFID системи для моніторингу умов доставки товарів, місцезнаходження, стану вантажу, температури, вологості та інших даних про навколишнє середовище;

– управління автопарком на основі сучасних систем збору даних в режимі реального часу, аналіз характеристик рухомого складу, стану комплектуючих для всіх видів транспорту (автомобільного та залізничного), контролю за поведінкою водіїв та операторів і дотриманням ними відповідних технічних регламентів;

– оптимізація розробки, планування та модифікації маршрутів, управління обсягу використаного палива, скорочення викидів, виявлення поламок в процесі руху для планування технічного обслуговування та ремонтів, забезпечення дотримання регіональних, національних та міжнародних законодавчих норм, підвищення безпеки дорожнього руху;

– управління запасами та прогнозування, на основі використання датчиків Інтернету речей для моніторингу складських та виробничих запасів та надання необхідних даних для аналізу ринкових тенденцій і прогнозування майбутніх тенденцій ринку, прогнозувати майбутнього попиту на поточні, сезонні та страхові запаси суб'єктами транспортно-логістичної системи, що забезпечить недопущення виникнення дефіциту та надлишкових запасів [3].

Висновки і пропозиції. Одним з основних підходів інформатизації процесу дистрибуції товарів та послуг є формування та розвиток відкритих логістичних мереж та організації системи глобального відстеження вантажних потоків. У сегменті ринку B2C спостерігається зсув у бік більш тісної взаємодії між постачальниками і споживачами транспортно-логістичних послуг та конвергенції функціональних операцій для забезпечення високого ступеня відстеження транспортних і вантажопотоків, а також вдосконалення інформаційних сервісів з оповіщення про прибуття вантажів, що оновлюються в режимі реального часу. Загалом з появою нових цифрових інформаційних технологій дедалі більше транспортно-логістич-

них компаній мають намір використовувати ці технології для підвищення своєї економічної ефективності. Таким чином, зростає бажання використовувати ці технології для підвищення економічної ефективності та скорочення витрат на експлуатацію та обслуговування, що підвищує рівень якості обслуговування кінцевих споживачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Геец В. М. Социально-экономические трансформации при переходе к экономике знаний. Социально-экономические проблемы информационного общества. Сумы : ИТД Университетская книга, 2004. 430 с.

2. Білоцерківець В. В., Ляшенко А. В. Нова економіка: сутність та генеза. Дніпропетровськ : Січ, 2007. 221 с.

3. Глухов В. В., Коробко С. Б., Маринина Т. В. Экономика знаний. Питер, 2003. 528 с.

4. Сахненко О. І. Економіка знань: теорія і державна політика. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. Випуск 8. Частина 3. С. 16–20.

5. Федулова Л. І. Економіка знан ь: підруч. НАН України; Ін-т екон. та прогнозув. НАН України. Київ, 2009. 300 с.

6. Турчіна С. Г. Розвиток економіки знань в умовах інтеграції України до світового господарства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Випуск 13, частина 2. С. 133–136.

7. Ажажа М. А. Інвестиції в освіту як фактор інтелектуального прогресу. *Соціальна перспектива і регіональний розвиток*. 2007. Випуск 2. С. 37–40.

8. Гапоненко А. Л. Современный рынок знаний: понятие, участники, формы. *Проблемы теории и практики управления.* 2010. № 6. С. 55–64.

9. Мильнер Б. З. Управление знаниями: Эволюция и революция в организации. Москва : ИНФРА, 2003. 177 с.

10. Філіппов В. Ю., Несторенко А. М. Шляхи розвитку торговельних підприємств. *Економіка: реалії часу*. 2014. № 2 (12). С. 203–207.

11.Kenji Hashimoto. Restructuring of Distribution System with Innovation of IT: A Case Study of Wholesale Industries in Japan. NETCOM: Réseaux, communication et territoires / Networks and communication studies Année 2003 17-3-4 pp. 203–214. URL: https://www.persee.fr/doc/netco_0987-6014_2003_num_17_3_1591 (дата звернення: 14.09.2022).

12. Большое исследование рынка e-commerce в Украине. URL: https://ain.ua/ru/2021/07/04/bolshoe-issledovanie-rynka-e-commerce-v-ukraine/ (дата звернення: 9.09.2022).

13.Закон України «Про Концепцію Національної програми інформатизації». URL: https://ips.ligazakon.net/document/Z980075?an=1 (дата звернення: 20.09.2022).

REFERENCES:

1. Geec V. M. (2007) Socialno-ekonomicheskie transformacii pri perehode k ekonomike znanij. Socialno-ekonomicheskie problemy informacionnogo obshestva [Socio-economic transformations during the transition to the knowledge economy. Socio-economic problems of the information society]. Sumy: ITD Universitetskaya kniga. (in Russian)

2. Bilotserkivets, V. V., & Liashenko, A. V. (2007) Nova ekonomika: sutnist ta heneza [New economy: essence and genesis]. Dnipropetrovsk: Sich. (in Ukrainian)

3. Hlukhov, V. V., Korobko S. B., & Marynyna T. V. (2003) Ekonomyka znanyi [Knowledge economy]. Pyter. (in Russian)

4. Sakhnenko, O. I. (2014) Ekonomika znan: teoriia i derzhavna polityka [Knowledge economy: theory and public policy]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu,* vol. 8(3), 16–20. (in Ukrainian)

5. Fedulova, L. I. (2009) Ekonomika znan: pidruch. [Knowledge economy: textbook] NAN Ukrainy; In-t ekon. ta prohnozuv. NAN Ukrainy. Kyiv. [(in Ukrainian)

6. Turchina, S. H. (2017) Rozvytok ekonomiky znan v umovakh intehratsii Ukrainy do svitovoho hospodarstva. [Development of knowledge economy in the context of Ukraine's integration into the world economy]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*, vol. 13(2), pp. 133–136. (in Ukrainian)

7. Azhazha, M. A. (2007) Investytsii v osvitu yak faktor intelektualnoho prohresu [Investments in education as a factor of intellectual progress]. *Sotsialna perspektyva i rehionalnyi rozvyto*k, vol. 2, pp. 37–40. (in Ukrainian)

8. Gaponenko, A. L. (2010) Sovremennyj rynok znanij: ponyatie, uchastniki, formy [The modern knowledge market: concept, participants, forms]. *Problemy teorii i praktiki upravleniya,* vol. 6, pp. 55–64. (in Russian)

9. Mil'ner, B. Z. (2003) Upravlenie znaniyami: Evolyuciya i revolyuciya v organizacii [Knowledge Management: The Evolution and Revolution in the Organization]. M.: INFRA. (in Russian)

10. Filippov, V. Iu., & Nestorenko, A. M. (2014) Shliakhy rozvytku torhovelnykh pidpryiemstv [Ways of development of trade enterprises]. *Ekonomika: realii chasu*, vol. 2 (12), pp. 203–207. (in Ukrainian)

11. Kenji Hashimoto (2003) Restructuring of Distribution System with Innovation of IT: A Case Study of Wholesale Industries in Japan. NETCOM: Réseaux, communication et territoires / Networks and communication studies Année 17-3-4, pp. 203–214. Available at: https://www.persee.fr/doc/netco_0987-6014_2003_num_17_3_1591.

12. Bol'shoe issledovanie rynka e-commerce v Ukraine. Available at: https://ain.ua/ru/2021/07/04/bolshoe-issledovanie-rynka-e-commerce-v-ukraine.

13. Zakon Ukrainy «Pro Kontseptsiiu Natsionalnoi prohramy informatyzatsii». Available at: https://ips.ligazakon.net/document/Z980075?an=1.