

УДК 339.372.5:005.342-048.22(477)

**Осокіна Алла Вікторівна**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри менеджменту*

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

**Осокина Алла Викторовна**

*кандидат экономических наук,  
доцент кафедры менеджмента*

*Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана*

**Osokina Alla**

*PhD, Associate Professor of the Management Department*

*Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman*

**Чайковська Дар'я Сергіївна**

*магістр кафедри менеджменту*

*Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана*

**Чайковская Дарья Сергеевна**

*магистр кафедры менеджмента*

*Киевского национального экономического университета имени Вадима Гетьмана*

**Chaikovska Daria**

*Master of the Management Department of the*

*Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman*

## **ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТОРГІВЛІ В СИСТЕМАХ СУПЕРМАРКЕТІВ УКРАЇНИ**

## **ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ТОРГОВЛИ В СИСТЕМАХ СУПЕРМАРКЕТОВ УКРАИНЫ**

## **IMPLEMENTATION OF INNOVATION TRADE TECHNOLOGIES IN SUPERMARKET SYSTEM OF UKRAINE**

**Анотація.** У статті досліджено стан та можливості інноваційних технологій торгівлі через вивчення можливостей впровадження інтерактивних терміналів. Надано оцінку ринку інтерактивних терміналів, який, як очікується, збільшиться більш ніж удвічі протягом наступного десятиліття – від 42 млрд. доларів США у 2015 році до 113 млрд. до 2024 року. Визначено та проаналізовано різні види інтерактивних терміналів, та доцільність їх впровадження у системі торговельних супермаркетів України. Досліджено основні переваги інтерактивних терміналів для впровадження у системі торговельних супермаркетів України, такі як ефективна система оформлення замовлень, Інтерактивна рекламна служба, збір даних про поведінку споживачів, запобігання операційним витратам та розробка на системі iOS.

Визначено проблеми, які вирішують інтерактивні термінали та чому їх варто далі впроваджувати у системі торговельних супермаркетів України. Це суттєво підвищить прибуток від продажу, оскільки споживачі більш прихильно сприймають пропозицію купити додатковий супутній товар (в економіці це називають поняттям «товари-комплементи», тобто ті, які доповнюють інші товари, на відміну від товарів-субститутів, які є альтернативою).

Здійснено аналіз існуючого стану впровадження інтерактивних терміналів у систему торговельних супермаркетів.

Автором проаналізовано фінансово-економічну сторону впровадження проекту інтерактивних терміналів та розраховано економічну доцільність інтеграції інтерактивних терміналів у системі торговельних супермаркетів України на прикладі гіпермаркету Ашан. Розраховано проект із впровадження 20 інтерактивних терміналів, які будуть розташовані по усій площі торгового приміщення. Визначено, що кінцева вартість реалізації проекту із впровадження інтерактивних терміналів у гіпермаркеті Ашан буде 378 000 грн, а сам проект за підрахунками проект окупиться вже на другий місяць їх роботи.

У висновках визначено доцільність фінансування забезпечення інноваційного розвитку шляхом підвищення рівня обслуговування клієнтів у торгових мережах України. Визначено та доведено економічну ефективність впровадження інновацій у системі торговельних супермаркетів України через впровадження інтерактивних терміналів, реалізація яких вже давно почалася закордоном у більш розвинутих країнах.

**Ключові слова:** інноваційні технології, інтерактивні термінали, інновації в торгівлі.

**Аннотация.** В статье исследовано состояние и возможности инновационных технологий торговли через изучение возможностей внедрения интерактивных терминалов. Дана оценка рынка интерактивных терминалов, который, как ожидается, увеличится более чем вдвое в течение следующего десятилетия – от 42 млрд. Долларов США в 2015 году до 113 млрд. До 2024 года. Определены и проанализированы различные виды интерактивных терминалов, и целесообразность их внедрения в системе торговых супермаркетов Украины. Исследованы основные преимущества интерактивных терминалов для внедрения в системе торговых супермаркетов Украины, такие как эффективная система оформления заказов, Интерактивная рекламная служба, сбор данных о поведении потребителей, предотвращения операционным расходам и разработка на системе iOS.

Определены проблемы, которые решают интерактивные терминалы и почему их стоит дальше внедрять в системе торговых супермаркетов Украины. Это существенно повысит прибыль от продажи, поскольку потребители более благосклонно воспринимают предложение купить дополнительный сопутствующий товар (в экономике это называют понятием «товары-комплементы», то есть те, которые дополняют другие товары, в отличие от товаров-субститутов, которые являются альтернативой).

Осуществлен анализ существующего состояния внедрения интерактивных терминалов в систему торговых супермаркетов.

Автором проанализирована финансово-экономическая сторона реализации проекта интерактивных терминалов и рассчитана экономическая целесообразность интеграции интерактивных терминалов в системе торговых супермаркетов Украины на примере гипермаркета Ашан. Рассчитан проект по внедрению 20 интерактивных терминалов, которые будут расположены по всей площади торгового помещения. Определено, что конечная стоимость реализации проекта по внедрению интерактивных терминалов в гипермаркете Ашан будет 378 000 грн, а сам проект по подсчетам проект окупится уже на второй месяц их работы.

В выводах определена целесообразность финансирования обеспечения инновационного развития путем повышения уровня обслуживания клиентов в торговых сетях Украины. Определены и доказано экономическую эффективность внедрения инноваций в системе торговых супермаркетов Украины путем внедрения интерактивных терминалов, реализация которых уже давно началась рубежом в более развитых странах.

**Ключевые слова:** инновационные технологии, интерактивные терминалы, инновации в торговле.

**Summary.** The article examines the state and capabilities of innovative trade technologies through the study of the possibilities of introducing interactive terminals. The market for interactive terminals is estimated, which is expected to increase more than double over the next decade – from US \$42 billion in 2015 to 113 billion by 2024. Different types of interactive terminals have been identified and analyzed, and the feasibility of their implementation in the system of supermarkets in Ukraine. The main advantages of interactive terminals for introduction in the system of supermarkets of Ukraine are considered, such as efficient ordering system, interactive advertising service, collection of data on consumer behavior, prevention of operating expenses and development on the iOS system.

The problems solved by interactive terminals and why they should be further implemented in the system of supermarkets in Ukraine are determined. This will substantially increase sales profits, as consumers are more inclined to accept the offer to buy additional accompanying goods (in the economy, this is called the «complementary goods», that is, those that complement other goods, as opposed to alternative substitute products).

The analysis of the current state of implementation of interactive terminals in the system of supermarket supermarkets has been analyzed.

The author analyzes the financial and economic side of the implementation of the project of interactive terminals and calculates the economic expediency of integrating interactive terminals in the system of supermarkets of Ukraine on the example of the hypermarket Auchan. The project for the implementation of 20 interactive terminals, which will be located throughout the trading space, is calculated. It is determined that the final cost of implementation of the project for the implementation of interactive terminals in the hypermarket Auchan will be 378 000 UAH, and the project itself, according to estimates, will pay off for the second month of their work.

The conclusions identified the expediency of financing the provision of innovative development by increasing the level of customer service in Ukrainian retail chains. The economic efficiency of introducing innovations in the system of supermarkets in Ukraine through the introduction of interactive terminals, the implementation of which has long started abroad in more developed countries has been identified and proved.

**Key words:** innovative technologies, interactive terminals, trade innovations.

**Постановка проблеми.** Швидкість обслуговування є ключовим елементом, що впливає на задоволення потреб клієнтів. Інтерактивні термінали можуть суттєво покращити якість обслуговування, надаючи клієнтам змогу легко перевіряти та оплатити продукти без допомоги персоналу. Сьогодні в торговельних супермаркетах України спостерігається досить низький рівень інноваційного оновлення, в першу чергу, це стосується можливості обслуговувати велику кількість клієнтів за короткий час. Тому існує потреба дослідити можливості інтеграції інтерактивних терміналів для підвищення рівня якості обслуговування покупців.

**Аналіз досліджень та публікацій.** Рівень дослідження даної проблеми досить низький, оскільки науковці майже не приділяли увагу аналізу та вивченню даної теми. Однак, частково були досліджені суміжні теми. Наприклад, Окландер М. А. та Романенко О. О. вивчали специфічні відмінності цифрового маркетингу від інтернет-маркетингу, а саме розглядали цифровий маркетинг, як похідний від Інтернет-маркетингу, при якому взаємодія з цільовими аудиторіями відбувається за рахунок мобільних пристроїв, цифрового телебачення, інтерактивних екранів, POS-терміналів [1, с. 14]. Є. І. Венгер досліджував сучасні тенденції використання інструментів та методів цифрового маркетингу в економічній діяльності, а саме інтерактивні екрани, POS-термінали, як вид digital-медіа, який поступово витісняє стандартну зовнішню рекламу, адже дозволяє набагато тісніше взаємодіяти зі споживачем і зацепити його повідомленням або, як POS-термінали, допомогти в здійсненні покупок [2, с. 210].

Також відповідно до проаналізованого матеріалу, більшість досліджень стосуються саме використання інтерактивних терміналів у рекламній діяльності, досліджень щодо їх використання у системі торговельних супермаркетів — немає.

**Формування цілі статті (постановка завдання).** Завданням даної статті є дослідження інноваційних технологій торгівлі через вивчення можливостей впровадження інтерактивних терміналів в систему торговельних супермаркетів України (роботу виконано на прикладі гіпермаркету Ашан).

**Метою даної статті** є аналіз існуючого стану впровадження інтерактивних терміналів у систему торговельних супермаркетів України та пошук можливостей для покращення ефективності їх роботи; проаналізувати які саме проблеми вирішують інтерактивні термінали та чому їх варто далі впроваджувати у системі торговельних супермаркетів України та на практичному прикладі проаналізувати фінансово-економічну сторону впровадження такого проекту.

**Виклад основного матеріалу.** Роздрібна торгівля все частіше перетворюється на комп'ютеризовані системи, що дозволяє швидко та точно надавати інформацію, яка потрібна для збереження високого

рівня прибутку. Саме тому останнім часом на ринку з'явилися нові девайси, призначені для підвищення рівня прибутку та покращення клієнтського сервісу. Ці системи швидко поширюються та забезпечують все більше товарів та послуг, починаючи від медичних послуг (наприклад, машин для реєстрації в лікарнях) до державних послуг (наприклад, поштові послуги). Також досить активно це проявляється у сфері роздрібно торгівлі, а саме у системі торговельних супермаркетів України та світу.

ІТ-компанії постійно розробляють нові види комп'ютеризованого торгового обладнання для різних потреб роздрібно торгівлі. Одним із таких інноваційних рішень є інтерактивні термінали, ринок яких, як очікується, збільшиться більш ніж удвічі протягом наступного десятиліття — від 42 млрд. доларів США у 2015 році до 113 млрд. до 2024 року [3]. Ця зміна пояснюється значною мірою прийняттям нових пристроїв на базі POS-терміналів, які компактні, міцні, потужні, портативні, економічні та зручні [4].

Сьогодні, якщо у прогресивних країнах світу (США, Франція, Італія, Сінгапур) відвідати місцеву незалежну кав'ярню, бутик або супермаркет, то можна побачити інновації, яких раніше не було: торговельну систему на базі планшета. Враховуючи ергономічність даних гаджетів, це призвело до швидкого впровадження цих пристроїв у роздрібну торгівлю. Основні атрибути інтерактивних терміналів включають портативність, вбудований бездротовий зв'язок, обладнане програмне забезпечення, яке спрощує облік та управління запасами та, що найголовніше, доступну цінову політику. Також основною із переваг таких пристроїв є те, що все більше їх розробляється на платформі iOS.

Існують різні види інтерактивних терміналів. Пропонуємо проаналізувати кожен із них та розглянути доцільність впровадження того чи іншого терміналу у системі торговельних супермаркетів України (табл. 1).

Встановлення декількох інтерактивних терміналів може прискорити обслуговування та зменшити кількість черг, що в свою чергу дозволить забезпечити обслуговування більшої кількості покупців у супермаркеті. Ці термінали також можуть бути інтегровані з програмним забезпеченням системи перевірки та системи нагляду, щоб надати власникам магазинів дані про поведінку споживачів та повні торговельні записи для запобігання/зменшення операційних втрат.

Основні переваги інтерактивних терміналів представлені у табл. 2.

Отже, до основних переваг інтерактивних терміналів варто віднести те, що вони налаштовуються для конкретних потреб клієнтів, здатні інформувати в реальному часі за допомогою сенсорного екрана, мають віддалену систему звітування. Це дозволяє підвищити їх ефективність у застосування для системи

Таблиця 1

**Характеристика різних видів інтерактивних терміналів та доцільність їх впровадження у системі торговельних супермаркетів України**

| Вид                           | Характеристика  | Доцільність впровадження  |
|-------------------------------|---|---|
| BLUE FIRE kiosk [5]           | Високотехнологічний термінал, який спрощує самообслуговування, настроювані конфігурації готові для здійснення попереднього замовлення, реєстрації, ігор і ставок, квитків та багато іншого. BLUE FIRE був удостоєний престижної премії Red Dot Product Design Award 2018. | Його більш доцільно впроваджувати у ТРЦ, оскільки там у користувачів більше можливостей для його застосування. У супермаркетах його можна використовувати для оформлення на окремі дрібні товари (низької цінової категорії) та оформлення замовлень на фуд-кортах. |
| The IBM 3660 [6]              | Являє собою сімейство продуктів обробки даних, призначених для виконання звичайних операцій з оформлення замовлень, а також для задоволення потреб збору та розповсюдження даних у сфері супермаркетів.   | Достатньо довго існує на ринку, його варто впроваджувати у великих гіпермаркетах, де основною вимогою для обслуговування є надійність та висока система безпеки.  |
| APD Interactive Terminals [7] | Призначені для забезпечення легкого доступу до інформації для будь-якого користувача; його можуть використовувати люди з фізичними вадами (інваліди), люди похилого віку або діти   | Не зовсім доцільно для впровадження в Україні, оскільки люди з фізичними вадами (інваліди), люди похилого віку або діти практично не здійснюють покупки у торговельних супермаркетах.   |

Таблиця 2

**Основні переваги інтерактивних терміналів для впровадження у системі торговельних супермаркетів України**

| Перевага                               | Сутність   |
|--|--|
| Ефективна система оформлення замовлень | Для забезпечення високої швидкості обслуговування термінали оснащені найновішими процесорами, що забезпечує надзвичайну продуктивність, необхідну для задоволення вимог ринку  |
| Інтерактивна рекламна служба           | Термінали інтегровані в управління програмним забезпеченням цифровими вивісками для показу інтерактивної реклами. Такі рекламні оголошення не тільки закликають клієнтів, а й розважають їх під час очікування в черзі, а також покращують рекламні пропозиції та створюють додаткові можливості для покупки |
| Збір даних про поведінку споживачів    | Вони можуть бути інтегровані з програмним забезпеченням для перевірки даних, щоб полегшити крос-аналіз поведінки покупців (споживачів)   |
| Запобігання операційним витратам       | Завдяки включенню технології спостереження, інтерактивні термінали можуть надати власникам магазинів комплексну торговельну документацію для запобігання та зменшення операційних витрат   |
| Розробка на системі iOS                | Торговельні супермаркети підтягуються до мінімалістичного впровадження пристроїв на базі iPad та iPod, зручній для користувача Apple операційної системи, а також постійно розширюється вибір роздрібних програмних рішень під ключ.   |

Джерело: складено автором на основі [8]

торговельних супермаркетів України, в першу чергу, з позиції підвищення рівня клієнтського сервісу, а також для зменшення операційних витрат (наприклад, при використанні таких терміналів можна зменшити кількість касирів, які обслуговують покупців) та підвищенні рівня інноваційної привабливості самого супермаркету, оскільки клієнтів завжди приваблює те місце, де до них ставляться з турботою.

Також доцільно проаналізувати, які саме проблеми вирішують інтерактивні термінали та чому їх варто далі впроваджувати у системі торговельних супермаркетів України:

1. Вони дозволяють швидко знайти інформацію про наявність або відсутність певного товару у супер-

маркеті. Замість того, щоб шукати продавця-консультанта та разом із ним шукати чи є в наявності у супермаркеті товар, достатньо ввести його назву в інтерфейсі терміналу та через декілька секунд на екрані відобразиться необхідна інформація.

2. Можливість швидкого отримання прайсу по певній групі товарів. Наприклад, замість того, щоб власноруч шукати скільки коштує кілограм ананасів різних видів — достатньо ввести цей запит в терміналі та отримати актуальну на даний момент часу інформацію про ціни на різні види даного товару.

3. Можливість замовити товар онлайн та забрати його біля каси. Це стосується більше замовлення їжі на фуд-корті торговельного супермаркету. Тобто

у великих супермаркетах є своя кулінарія, замість того, щоб іти до каси, обирати страву та чекати на її приготування — можна відразу її замовити. За час поки вона буде готуватися покупець може робити інші покупки, а потім підійти до каси, розрахуватися та отримати свою страву. Така технологія запозичена із розвинутих країн, де подібні термінали широко використовуються в індустрії фаст-фуду: коли покупець замовляє собі меню, наприклад в Мак-Дональдс, обирає набір відповідних страв, відразу їх оплачує картою, а потім підходить до каси та забирає готове замовлення. На наш погляд, така технологія досить органічно інтегрується у систему торговельних супермаркетів.

На наш погляд, саме такі можливості відкриває реалізація інтерактивних терміналів у системі торговельних супермаркетів України. Адже це дозволить суттєво підвищити прибуток від продажу, оскільки споживачі більш прихильно сприймають пропозицію купити додатковий супутній товар (в економіці це називають поняттям «товари-комплементи», тобто ті, які доповнюють інші товари, на відміну від товарів-субститутів, які є альтернативою).

Далі доцільно проаналізувати фінансово-економічну сторону впровадження такого проекту. Для цього розглянемо приклад економічної доцільності інтеграції інтерактивних терміналів у системі торговельних супермаркетів України на прикладі гіпермаркету Ашан. Ашан — це велика торгова мережа не тільки в Україні, але і у світі. В Україні наразі він представлений у таких містах, як Київ, Кривий Ріг, Запоріжжя, Львів, Одеса, Харків, Чернівці, Дніпро.

Перший гіпермаркет «Ашан» в Україні був відкритий в кінці березня 2008 року. Компанія працює в країні з 2008 року і за 10 років зуміла вийти на лідируючі позиції за обсягами товарообігу і сумарною кількістю торгових площ. Тепер ритейлер управляє 21 торговим об'єктом сумарною площею 175 тис. кв. м. [9].

Оскільки це європейський гіпермаркет, який зайшов в Україну досить давно, йому властиве постійне прагнення до розвитку, впровадження інновацій та підтримання високого рівня обслуговування клієнтів.

Для того, аби оснастити такий гіпермаркет, за нашими підрахунками, потрібно придбати щонайменше 20 інтерактивних терміналів, які будуть розташовані по усій площі торгового приміщення. На наш погляд, основний принцип, за яким потрібно розміщувати термінали — на 1 відділ 1 термінал. Тобто якщо у гіпермаркеті Ашан є відділ кулінарії, молочної продукції, м'ясний тощо — на кожен із таких відділів має бути відведений 1 термінал. Для початку цього буде достатньо, однак в майбутньому потрібно збільшити кількість у два рази, оскільки це дозволить зменшити навантаження на 1 термінал, враховуючи велику кількість відвідувачів гіпермаркету за день.

Для вибору постачальника обладнання ми зробили аналіз ринку та обрали постачальника із високим рейтингом, позитивними відгуками та гарною репутацією. Таких компаній досить багато, тому ціновий діапазон у них приблизно однаковий. Вартість 1 терміналу складає близько 14 тис. грн. Якщо для початку таких терміналів потрібно 20 шт, то їх закупівля обійдеться у 280 000 грн.

Додатковими витратами при реалізації такого проекту є встановлення та програмування терміналів під специфіку бізнесу гіпермаркету. В середньому на ринку послуги із програмування інтерактивних терміналів коштують 3 тис. дол., тобто близько 84 000 грн. А також такі компанії надають послуги із підтримання та переналаштування терміналів на постійній основі, що коштує 500 дол. (14 000 грн.) на місяць.

Отже, кінцева вартість реалізації проекту із впровадження інтерактивних терміналів у гіпермаркеті Ашан буде 378 000 грн, із врахування плати лише за 1 місяць підтримки функціональності терміналу.

Для того, аби проаналізувати наскільки рентабельним є такий проект, потрібно знати дані по тому, на скільки дозволить реалізація інтерактивних терміналів підвищити рівень продажів. Таких даних досить мало у відкритому доступі, вони не мають фактологічного та аргументованого підтвердження, однак більшість іноземних ЗМІ стверджують, що цей показник в середньому складає 20%. Тобто ті іноземні гіпермаркети, які свого часу впровадили систему інтерактивних терміналів у свої торгові площі, змогли отримати рівень прибутку на 20% вище. Ми не можемо стверджувати достовірність цієї цифри, однак будемо також на неї орієнтуватися.

Отже, потрібно поррахувати середню виручку гіпермаркету за день. За даними інформаційних ЗМІ, які проводять річні огляди діяльності різних компаній, ми знайшли інформацію про те, що чистий дохід гіпермаркету у в 2015 році становив 3 млрд. 301,69 млн. грн, чистий прибуток — 14,27 млн. грн, дані за 2016 та 2017 рік наразі відсутні [9]. Тобто, за нашими розрахунками за день чистий прибуток гіпермаркету склав  $14,27/365=39\,095$  грн станом на 2015 рік.

Якщо скоригувати цей показник на той рівень зростання продажів, який забезпечить впровадження інтерактивних терміналів, тобто 20%, то чистий прибуток за день складе: 46 914 грн, а за рік — 17,123 млн. грн. Отже, за нашими підрахунками проект окупиться вже на другий місяць їх роботи.

Отже, варто зробити висновок, що проект із реалізації інтерактивних терміналів в гіпермаркеті Ашан є досить вигідним капіталовкладенням, оскільки термін його окупності вкрай короткий. Сьогодні усі сучасні великі світові торговельні мережі тяжіють до того, аби оснащувати свої площі інноваційними гаджетами. Україна не повинна бути виключенням, адже як показує світова практика, такі дії відразу

відображаються на фінансово-економічних показниках діяльності підприємства.

**Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі.** Для того, аби країна дотримувалася інноваційного вектору розвитку необхідною умовою є впровадження інновацій у різних сферах діяльності. Це стосується громадської сфери, освіти, медицини, публічних послуг тощо. Саме рівень адаптованості кожної із цих галузей під вимоги сучасного світу дозволяє стверджувати інноваційність або неінноваційність економіки країни. У нашому дослідженні був розглянутий приклад забезпечення інноваційного розвитку шляхом підвищення рівня обслуговування клієнтів у торгових мережах України.

До основних інструментів забезпечення впровадження інновацій у системі торговельних супер-

маркетів України ми віднесли провадження інтерактивних терміналів, реалізація яких вже давно почалася закордоном у більш розвинутих країнах.

На наш погляд, впровадження такого проекту в Україні має ряд переваг, до яких ми віднесли забезпечення високої швидкості обслуговування покупців, покращення рекламних пропозицій та створення додаткових можливостей для покупки, полегшення крос-аналізу поведінки покупців (споживачів) та інтеграція із сучасними операційними системами (наприклад, iOS).

Вважаємо, що подальші дослідження у даній сфері повинні стосуватися розширення способів реалізації інноваційних проектів у системі торговельних супермаркетів України, оскільки як показує практика, вони позитивно впливають на рівень доходності підприємства.

### Література

1. Окландер М. А. Специфічні відмінності цифрового маркетингу від інтернет-маркетингу / Окландер М. А., Романенко О. О. // Одеський національний політехнічний університет. — С. 16.
2. Венгер Д. І. Digital-маркетинг: сучасні тренди та переваги / Є. І. Венгер // Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, м. Чернівці. — Випуск IV (68). — 2017. — 204 — 2013.
3. Interactive Terminals Market Is Booming Worldwide | EMSE, INURFACE MEDIA, NEC Display Solutions [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.digitaljournal.com/pr/4090607#ixzz5cDyOa5ZJ>
4. Next stop in POS evolution [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://ailatech.com/blog/next-stop-in-pos-evolution-the-ipad-based-pos-terminal/>
5. Interactive kiosk by Pan Oston [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.panostonkiosk.nl/en>
6. IBM 3663 supermarket terminal [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [https://www-03.ibm.com/ibm/history/exhibits/vintage/vintage\\_4506VV4020.html](https://www-03.ibm.com/ibm/history/exhibits/vintage/vintage_4506VV4020.html)
7. Interactive Terminals [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://gapd.es/en/interactive-terminals>
8. Advantages and disadvantages of interactive system — IT Release [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.itrelease.com/2017/11/advantages-disadvantages-interactive-system/>
9. Мережа гіпермаркетів АШАН в Україні [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.auchan.ua/ua/editorial/auchan-ukraine>
10. «Ашан Рітейл Україна» продала 20% акцій мережі «Фуршет» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://ua.interfax.com.ua/news/economic/454460.html>

### References

1. Oklander M. A. Specific Differences of Digital Marketing from Internet Marketing / Oklander M. A., Romanenko O. O. // Odessa National Polytechnic University. — S. 16.
2. Wenger D. I. Digital-marketing: Contemporary Trends and Benefits / Ye. I. Wenger // Chernivtsi National University named after Yuri Fedkovich, Chernivtsi. — Issue IV (68). — 2017. — 204 — 2013.
3. Interactive Terminals Market Is Booming Worldwide | EMSE, INURFACE MEDIA, NEC Display Solutions [Electronic resource]. — Access mode: <http://www.digitaljournal.com/pr/4090607#ixzz5cDyOa5ZJ>
4. Next stop in POS evolution [Electronic resource]. — Access mode: <https://ailatech.com/blog/next-stop-in-pos-evolution-the-ipad-based-pos-terminal/>
5. Interactive kiosk by Pan Oston [Electronic resource]. — Access mode: <https://www.panostonkiosk.nl/en>
6. IBM 3663 supermarket terminal [Electronic resource]. — Access mode: [https://www-03.ibm.com/ibm/history/exhibits/vintage/vintage\\_4506VV4020.html](https://www-03.ibm.com/ibm/history/exhibits/vintage/vintage_4506VV4020.html)
7. Interactive Terminals [Electronic resource]. — Access mode: <http://gapd.es/en/interactive-terminals>
8. Advantages and Disadvantages of Interactive System — IT Release [Electronic resource]. — Access mode: <http://www.itrelease.com/2017/11/advantages-disadvantages-interactive-system/>
9. Network of hypermarkets Auchan in Ukraine [Electronic resource]. — Access mode: <https://www.auchan.ua/ua/editorial/auchan-ukraine>
10. «Auchan Retail Ukraine» sold 20% of shares of «Furshet» network [Electronic resource]. — Access mode: <https://ua.interfax.com.ua/news/economic/454460.html>