

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ
ЯК ПРІОРИТЕТ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУTHE INNOVATIVE ACTIVITY OF TRADE ENTERPRISES
AS A PRIORITY OF STRATEGIC DEVELOPMENT

У статті розглянуто особливості формування конкурентних переваг торговельних підприємств. Окреслено сутність торговельного підприємства та особливості інноваційного розвитку. До інноваційних продуктів віднесено: інноваційні платіжні послуги; поєднання елементів online-торгівлі та offline-торгівлі; партнерські програми лояльності; клієнтоорієнтацію; системну комунікацію з клієнтською базою. Визначено результат впровадження інновацій, який полягає в: оптимізації торговельного обороту; раціональному використанні активів; підвищенні якості послуг; удосконаленні каналів збуту; підвищенні ефективності діяльності підприємства; зміцненні конкурентних позицій. З метою інтенсифікації інноваційних перетворень у торгівлі запропоновано впроваджувати: мотивацію персоналу; дуалізацію навчально-виробничого процесу; створення уніфікованої платформи інноваційних розробок; участь у міжнародних програмах інноваційного розвитку.

Ключові слова: інновація, торговельне підприємство, конкурентні переваги, інноваційний розвиток, інноваційні розробки.

В статье рассмотрены особенности формирования конкурентных преимуществ торговых предприятий. Определены сущность торгового предприятия и особенности его инновационного развития. К инновационным продуктам отнесены: инновационные платежные услуги; сочетание элементов online-торговли и offline-торговли; партнерские программы лояльности; клиентоориентация; системная коммуникация с клиентской базой. Определен результат внедрения инноваций, который заключается в: оптимизации торго-

вого оборота; рациональном использовании активов; повышении качества услуг; совершенствовании каналов сбыта; повышении эффективности деятельности предприятия; укреплении конкурентных позиций. С целью интенсификации инновационных преобразований в торговле предложено внедрять: мотивацию персонала; дуализацию учебно-производственного процесса; создание унифицированной платформы инновационных разработок; участие в международных программах инновационного развития.

Ключевые слова: инновация, торговое предприятие, конкурентные преимущества, инновационное развитие, инновационные разработки.

The article discusses the features of the competitive advantages of commercial enterprises. The essence of the trade enterprise and features of innovative development are outlined. Innovative products include: innovative payment services; combining elements of online-offline-commerce and trade; partner loyalty program; client rooting; system communication with the client base. The determined result of innovation, which consists in optimizing the trade turnover; rational use of assets; improving the quality of services; improvement of distribution channels; improving the efficiency of the enterprise; strengthening of competitive positions. In order to intensify innovation in trade, it is proposed to introduce: motivation of personnel; duplication of the educational process; creating a unified platform innovation; Participation in international programs of innovation development.

Key words: innovation, trade enterprise, competitive advantages, innovative development, innovative developments.

УДК 330.341

Канцір І.А.

к.е.н., асистент кафедри теоретичної та прикладної економіки Національний університет «Львівська політехніка»

Василів Ю.Р.

студент

ВСП «Інститут інноваційної освіти Київського національного університету будівництва і архітектури»

Постановка проблеми. Перманентний розвиток національної економіки безпосередньо пов'язаний із підвищенням конкурентоспроможності національного виробника, імплементацією новітніх наукоємних технологій на засадах постійного удосконалення інноваційно-інвестиційних моделей функціонування. Одне із першочергових завдань функціонування суб'єктів господарювання полягає у максимізації прибутку. Підвищення ефективності функціонування торговельних підприємств, імплементація нових торговельних платформ та впровадження цифрових технологій неможливі без використання інноваційних продуктів. Інноваційний розвиток виступає важелем конструктивних змін та чинником інтенсивного розвитку підприємств, визначає стимули економічного зростання, напрями забезпечення стійких конкурентних переваг, формує мотиваційний механізм підвищення продуктивності праці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Платформа наукових доробків із питань інноваційного розвитку репрезентована працями проф. В.М. Геєця, С.Д. Ільєнкової, М.І. Крупки, О.Є. Кузьміна, В.Ю. Семиноженка, І.В. Федулової та ін. Проте питання підвищення інноваційної активності та інвестиційної привабливості набувають дедалі більшої ваги під впливом науково-технічного прогресу.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження ролі інновацій у діяльності торговельних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Торгівля належить до особливих галузей народного господарства, де віддзеркалюються всі суперечності й проблеми економіки держави. Сфера торгівлі формує до 14% внутрішнього валового продукту країни, реалізує до 80% доходів населення, визначаючи розміри та темпи економічного зростання. Крім того, торгівля забезпечує робо-

чими місцями до 4 млн. осіб та є найбільш привабливою галуззю для працевлаштування не зайнятих трудовою діяльністю громадян [1, с. 3].

Суб'єктом здійснення економічної діяльності у сфері торгівлі виступають торговельні підприємства.

Підприємство – самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади, або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності [2].

I. Бланк характеризує торговельне підприємство як первинну, основну ланку сфери торгівлі, її самостійний господарюючий суб'єкт із правом юридичної особи, що створений для закупівлі, реалізації, а також зберігання товарів, надання різного роду супутніх послуг із метою задоволення потреб ринку та отримання прибутку [3].

Погоджуємось із позицією Г. Мошека, який трактує торговельне підприємство як самостійний суб'єкт господарювання, загальними ознаками якого є закупівля, реалізація товарів та надання послуг населенню з метою задоволення його потреб і на цій основі отримання прибутку [4, с. 10].

Економічна ефективність торговельного підприємства – це узагальнюючий результат діяльності мікросистеми, який подає результат комплексного аналізу використання потенціалу підприємства; це – пропорційна залежність між ресурсами торговельного підприємства та кінцевим продуктом його діяльності.

Під час визначення ефективності функціонування підприємства не досить обмежитися частковими відносними показниками ефективності діяльності, а варто оцінювати ефективність комплексно на основі специфікованих і параметризованих функцій економічної діяльності. Економічна нестабільність, циклічність і ринкові коливання знижують довіру до традиційних методів виміру ефективності діяльності підприємства, оскільки свідчать про непорівнянність, неспівмірність показників діяльності підприємств у різні періоди економічного розвитку [5].

Відповідно до вимог, що висуваються до процесу дослідження ефективності діяльності торговельного підприємства, з огляду на умови та особливості функціонування підприємств торгівлі, економічна діагностика ефективності діяльності торговельного підприємства визначається як перманентний процес розпізнавання на основі розробленої системи показників-індикаторів проблем у діяльності торговельного підприємства, встановлення для них характеру, причин і можливих наслідків виявлених відхилень та спрямована на пошук перспективних шляхів і напрямів їх можливого розв'язання для подальшого забезпечення прибутковості та конкурентоспроможності підприємства торгівлі [6, с. 7].

Інновації – 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 [7].

Сьогодні в розвинених країнах для розвитку нових форматів торгівлі й надання якісних роздрібних послуг впроваджуються нові технології продажів (FRID-технології, електронні цінники, енергозберігаючі технології, SAP-технології, штрих-технології), методи продажів (інтернет-магазини), застосовуються інноваційні логістичні й управлінські рішення, розвиваються інформаційні нововведення. З боку держави такі нововведення підтримуються інвестиціями, пільгами й нормативно-законодавчими ініціативами у сфері інноваційної роздрібно торгівлі [8, с. 17].

Інноваційні технології – це одна з передумов результативності функціонування торговельного підприємства.

Відомі сучасні дослідники В.М. Геєць, В.І. Семіноженко [9, с. 106] підкреслюють, що ефективність інноваційного процесу характеризується технологічною, економічною, соціальною й екологічною ефективністю, кожна з яких має свою систему оцінювальних показників. Виокремлені види ефективності є базовими та надзвичайно важливими, однак, на думку автора, недостатніми, оскільки не розкривають всієї складності та системності інноваційної діяльності та визначають ефективність інноваційної діяльності лише з позиції кінцевого, вже здійсненого результату.

Проводячи моніторинг питання інноваційності сфери вітчизняної торгівлі, необхідно враховувати певні особливості:

- інновації в торгівлі здебільшого пов'язані з появою нової або вдосконаленням наявної послуги або технології її подання, з'являються не як результат НДДКР, а як результат конкурентного аналізу й (або) бенчмаркінгу;

- на торговельних підприємствах впроваджуються нововведення, пов'язані з виникненням нових елементів торгово-технологічного процесу або маркетингу; більшість інновацій – маркетингові, процесні, товарні або асортиментні, управлінські. Такі нововведення пов'язані зі стимулюванням продажів товарів і послуг, викладенням товарів, їх просуванням і рекламою, відкриттям інноваційних магазинів; інновації у роздрібній торгівлі нерозривно пов'язані з іншими галузями економіки, які взаємодіють між собою та швидко реагують на вихід на нові ринки збуту й просування своєї продукції [10].

Конкурентні переваги торговельних підприємств формуються шляхом узагальнення індивідуальних знань та компетенцій та оперативного управління ними на засадах інноваційності.

Інноваційна орієнтація торговельних підприємств полягає у задоволенні споживацьких потреб шляхом комплексного впровадження інноваційних продуктів, до яких належать: інноваційні платіжні послуги (карткова оплата, цифрова готівка, платіжні шлюзи); поєднання елементів online-торгівлі та offline-торгівлі; партнерські програми лояльності; клієнтоорієнтація (індивідуальний підхід, персоналізація клієнтів); системна комунікація з клієнтською базою.

Інноваційний розвиток торговельних підприємств передбачає:

- організацію ефективних та результативних форм взаємодії бізнесу, держави і науки;
- формування, використання і розвиток системи заходів, які збільшують різноманітність в інноваційній політиці;
- створення відповідних комунікаційних зв'язків, які виступають суб'єктами процесу розвитку.

Особливістю інноваційного розвитку сервісної організації торговельного профілю є наявність розвинених процесів придбання знань як із досвіду й умінь співробітників, так і з інших джерел, включаючи зовнішні, а також використання накопиченого інтелектуального потенціалу в процесі підвищення ефективності діяльності [11, с. 33].

Найпоширенішою причиною низької інноваційної активності торговельних підприємств є відсутність коштів для фінансування інноваційної діяльності та ефект мінімальної реалізації очікувань. Адже інноваційна діяльність має на меті генерування конкурентних переваг у формі додаткового доходу в обсязі, достатньому для формування мотиваційного механізму.

Впровадження інноваційного складника у діяльність підприємств галузі торгівлі є наслідком інвестиційної конкуренції, тобто боротьби за обмежені ресурси, на засадах управління конкурентними перевагами та формування стратегії розвитку торговельного підприємства.

Для торговельних організацій інноваційна діяльність проявляється переважно у формах процесових, маркетингових і організаційних інновацій, звідси основним наслідком інноваційної активності торговельних організацій є наявність брэнда. Створення, впровадження, підтримка й поліпшення брэнда торговельної компанії є інтегративним (комплексним) інноваційним процесом, що вимагає значних інвестицій. У межах інноваційного розвитку на торговельному підприємстві застосовуються об'єктний і процесний підходи. За об'єктного підходу інноваційний розвиток являє собою результат науково-технологічного прогресу, тобто це може бути нова техніка, устаткування, установлені в сучасних магазинах. Важливою складовою частиною інновацій торговельного підприємства є вдосконалення технології торгівлі, яка є сукупністю робіт, що забезпечують реалізацію торговельного

процесу найбільш раціональними способами відповідно до конкретних господарських умов. Зокрема, під час підготовки нових технологічних процесів враховують такі умови: вид і тип підприємства торгівлі, вид торговельної структури, суб'єкт торгівлі, матеріально-технічну базу, технологію торгівлі і торговельне устаткування підприємства, технічні засоби, об'єкт торгівлі, процеси купівлі-продажу і рух товару, торгове обслуговування, стан ринку, життєвий цикл нововведення [12].

Результатом впровадження інновацій у торгівлі є: оптимізація торговельного обороту; раціональне використання активів; підвищення якості послуг; удосконалення каналів збуту; підвищення ефективності діяльності підприємства; зміцнення конкурентних позицій.

Досліджуючи питання інновативності сфери торгівлі, необхідно враховувати такі особливості:

1) у торгівлі інновації більшою мірою пов'язані з появою нової або вдосконалюванням наявної послуги або технології її подання. Тут покупці одержують нову або додаткову цінність послуги. Інновації в оптовій і роздрібній торгівлі з'являються не як результат НДДКР, а як результат конкурентного аналізу й (або) бенчмаркінгу;

2) у торговельних підприємствах впроваджуються нововведення, пов'язані з появою нових елементів торгово-технологічного процесу або маркетингу;

3) у торговельній сфері створюються й впроваджуються інновації, створені як у самій галузі, так і в інших галузях, передусім у промисловості;

4) більшість інновацій – маркетингові, процесні, товарні або асортиментні, управлінські. Такі нововведення пов'язані зі стимулюванням продажів товарів і послуг, викладенням асортиментів, просуванням і рекламою товарів, відкриттями інноваційних магазинів;

5) інновації в роздрібній торгівлі нерозривно пов'язані з іншими галузями економіки, які взаємодіють між собою й швидко реагують на вихід на нові ринки збуту й просування своєї продукції [10].

Інноваційний потенціал торговельних підприємств виступає одночасно і платформою, і результатом інноваційної діяльності, а достатній рівень доходності є запорукою самовідтворення інноваційного потенціалу підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Однією з передумов результативності функціонування торговельного підприємства є впровадження інноваційних технологій. З метою інтенсифікації інноваційних перетворень у торгівлі доцільно на різних рівнях впроваджувати такі заходи, як: макрорегуляція та стимулювання інноваційної діяльності; мотивація персоналу, який просуває інноваційні продукти; дуалізація навчально-виробничого процесу; створення уніфікованої платформи інноваційних розробок; участь у міжнародних програмах інноваційного розвитку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Система регулювання внутрішньої торгівлі України: монографія / [Апопій В.В., Копич І.М., Біла О.Г. та ін.] ; за ред. В.В. Апопія та І.М. Копича. К.: Академвидав, 2012. 424 с.
2. Господарський кодекс України [Електронний ресурс]: офіц. текст: за станом на 04 березня 2015 року. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/gospodarський%20кодекс%20україни>.
3. Бланк І.О. Управління торговельним підприємством : підручник / І.О. Бланк. Харків, 2007. 420 с.
4. Мошек Г. Структуризація комерційної діяльності торговельного підприємства / Г. Мошек, В. Ціпуринда // Вісник КНТЕУ. 2011. № 5. С. 5–13.
5. Paul M. Romer Economic Growth (From The Concise Encyclopedia of Economics, David R. Henderson, ed. Liberty Fund, 2007. Reprinted by permission of the copyright holder).
6. Салагакова Н.О. Система показників-індикаторів економічної діагностики діяльності торговельного підприємства / Н.О. Салагакова // Вісник Хмельницького національного університету. 2010. № 2. Т. 2. С. 19–24.
7. Про інноваційну діяльність: Закон України № 40-IV від 04.07.2002. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
8. Федулова Л. Інноваційність розвитку сфери торгівлі / Л. Федулова // Вісник КНТЕУ. 2016. № 3. С. 17–33.
9. Геєць В.М. Інноваційні перспективи України / В.М. Геєць, В.І. Семиноженко. Х.: Константа, 2006. 272 с.
10. Акмаева Д.Р. Особенности обеспечения инновационного развития розничной торговли [Електронний ресурс] / Д.Р. Акмаева. URL: http://na-conference.ru/doklady-obsuzhdenija-konferencija/8-sektziya_4/27.
11. Інноваційний розвиток підприємств сфери торгівлі: світові тенденції та практика в Україні : монографія / [С.А. Давимука, Л.І. Федулова, Н.М. Попадинець та ін.] ; за заг. ред. С.А. Давимуки; ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України». Львів, 2016. 432 с.
12. Солодилов К.В. Инновации в розничных торговых сетях // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 10, Иннов. деят. Вып. 7. 2012. С. 29–32.

REFERENCES:

1. Apopi, V.V., Kopych, I.M. (2018) Systema rehu-lyvannya vnutrishn'oyi torhivli Ukrayiny: monohrafiya.

[The system of regulation of domestic trade of Ukraine: a monograph]. K.: Akademvidav, 2012. pp. 424. (in Ukrainian)

2. Ghospodarskyj kodeks Ukrajiny (2015) [Economic Code of Ukraine]. Available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/>.
3. Blank, I.O. (2007) Upravlinnya torhovel'nym pidpryyemstvom : pidruchnyk [Management of a trading enterprise: a textbook]. Kharkiv, pp. 420.
4. Moshek, H. Tsipurynda, V. (2011) Strukturyzatsiya komertsiynoyi diyal'nosti torhovel'noho pidpryyemstva [Structuring the Commercial Activity of a Trading Company]. Journal of KNTEU, vol. 5, pp. 5–13.
5. Paul, M. (2007) Romer Economic Growth (From The Concise Encyclopedia of Economics, David R. Henderson, ed. Liberty Fund. Reprinted by permission of the copyright holder).
6. Salagakova, N. (2010) Systema pokaznykiv-indyktoriv ekonomichnoyi diahnostryky diyal'nosti torhovel'noho pidpryyemstva [System indicators indicators of economic diagnostics of the trading company]. Bulletin of the Khmelnitsky National University, vol. 2, pp. 19–24.
7. On Innovation Activity: Law of Ukraine No. 40-IV of July 4, 2002. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
8. Fedulova, L. (2016) Innovatsiynist' rozvytku sfery torhivli [Innovative development of the sphere of trade]. Bulletin of KNTEU, vol. 3, pp. 17–33.
9. Heyets', V.M., Semynozhenko, V. I. (2006) Innovatsiyni perspektyvy Ukrayiny [Innovative Perspectives of Ukraine]. Kharkiv: Constant, pp. 272.
10. Akmayeva, D.R. Osobennosti obespecheniya innovatsionnogo razvitiya roznichnoy torgovli [Features of ensuring innovative development of retail trade]. URL: http://na-conference.ru/doklady-obsuzhdenija-konferencija/8-sektziya_4/27.
11. Davymuka, S.A., Fedulova, L.I., Popadynets', N.M. (2016) Innovatsiyyny rozvytok pidpryyemstv sfery torhivli: svitovi tendentsiyi ta praktyka v Ukrayini: monohrafiya [Innovative development of enterprises in the sphere of trade: world tendencies and practice in Ukraine: monograph]. Lviv: Institute of Regional Studies named after MI The Late National Academy of Sciences of Ukraine. pp. 432.
12. Solodilov, K.V. (2012) Innovatsii v roznichnykh togovykh setyakh [Innovations in retail chains]. Vestn. Volgogr. state un-that. vol. 7, pp. 29–32.

Kantsir I.A.

Candidate of Economic Sciences,
Assistant Lecturer at Department of Theoretical and Applied Economics,
Lviv Polytechnic National University

Vasyliv Yu.R.

Student,
Institute of Innovative Education,
Kyiv National University of Construction and Architecture

THE INNOVATIVE ACTIVITY OF TRADE ENTERPRISES AS A PRIORITY OF STRATEGIC DEVELOPMENT

The economic efficiency of a trade enterprise is a generalized result of activities of the microsystem, which gives the result of a comprehensive analysis of the use of the capacity of the enterprise; proportional dependence between the resources of a trade enterprise and the end product of its activities. Increasing the efficiency of trade enterprises, the implementation of new trading platforms, and the introduction of digital technologies are impossible without the use of innovative products. Innovative development serves as a lever of structural changes and a factor of intensive development of enterprises, determines the stimuli of economic growth, directions of ensuring stable competitive advantages, and forms a motivational mechanism for increasing labour productivity.

Innovative technologies are one of the prerequisites for the operation of a trade enterprise.

Competitive advantages of trade enterprises are formed by a generalization of individual knowledge and competencies and their operational management on the basis of innovation. Innovative orientation of trade enterprises is to meet consumer needs through the integrated introduction of innovative products, which include: innovative payment services (card payment, digital cash, payment gateways); a combination of elements of online and offline trade; affiliate loyalty programs; client orientation (individual approach, customer personalization); system communication with the client base.

Innovative development of trade enterprises includes:

- organization of effective and efficient forms of interaction between business, state, and science;
- the formation, use, and development of a system of measures that increase the diversity in innovation policy;
- creation of appropriate communication links, which act as subjects of the development process.

The results of the introduction of innovations in trade are: optimization of trade turnover; rational use of assets; improving the quality of services; improvement of sales channels; increase of operating efficiency of the enterprise; strengthening of competitive positions. Innovative capacity of trade enterprises serves both as a platform and as a result of innovation activity, and an adequate level of profitability is a guarantee of self-reproduction of the innovative capacity of the enterprise.

In order to intensify innovation in trade, at various levels it is proposed to introduce the following measures: macro-regulation and stimulation of innovation activity; motivation of the staff that promotes innovative products; duplication of the educational and production process; creation of a unified platform for innovative development; participation in international programs of innovation development.