
ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

УДК 339.37

*Бозуленко О.Я.,
к.е.н., доцент кафедри товарознавства та маркетингу
Бозуленко О.Ю.,
асистент кафедри товарознавства та маркетингу
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

ЗАПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНІСТЬ РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Постановка проблеми. Нові підходи до організації комерційної діяльності та технологічних процесів на підприємствах роздрібною торгівлі вимагають застосування сучасних інноваційних процесів. У сучасних умовах інноваційні процеси є одним із чинників успішного ведення бізнесу та важливим інструментом всіх змін, що відбуваються у розвитку економіки і в роздрібній торгівлі зокрема.

Впровадженню інноваційних процесів сприяло прийняття Законів України "Про інноваційну діяльність", "Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні", а також Постанови Кабінету Міністрів України від 14 травня 2008 року № 447 "Про затвердження Державної цільової економічної програми "Створення в Україні інноваційної інфраструктури" на 2009-2013 рр.", розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 червня 2009 р. № 680-р "Про схвалення Концепції розвитку національної інноваційної системи" і Постанови Верховної Ради України від 21 жовтня 2010 р. "Про Рекомендації парламентських слухань на тему: "Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів".

Посилення інноваційної активності, яке передбачається чинним законодавством, сприятиме покращенню господарської діяльності та підвищенню оборотів і прибутку торговельних підприємств, дозволить досягти високого рівня конкурентоздатності вітчизняного виробництва та забезпечити якісне життя громадян.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам інновацій та інноваційної діяльності приділяли увагу такі науковці як Бузько І. Р., Дацій О. І., Крупка М. І., Онишко О. С., Покропивний С. Ф., Балабанов І. Т., Валдайцева С. В., Крилов Е. І., Власова В. М. та інші.

Огляд літературних джерел з досліджуваної тематики підтверджує недостатність наукових розробок з питань впровадження інноваційних процесів у діяльність роздрібних торговельних підприємств

Постановка завдання. Метою статті є визначення та узагальнення наукових поглядів на зміст та економічну суть понять "інновація", "інноваційна діяльність"; значення впровадження інноваційних процесів у діяльність роздрібних торговельних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вперше поняття інновацій у наукових дослідженнях з'явилося у XIX ст. Однак нового змісту воно набуло в XX ст. завдяки австрійському вченому Йозефу Шумпетеру, який в роботі "The Theory of Economic Development" (1934) вперше дослідив сутність економічних інновацій. Він розглядав інновації, як зміни технології та управління, як нові комбінації щодо техніки і технології, використання ресурсів, створення нових товарів тощо.

У науковій літературі існують різні погляди щодо визначення сутності поняття "інновація", пов'язані із технологіями, комерцією, соціальними системами, економічним розвитком і формулюванням політики.

Деякі економісти інновацію розглядають, як процес. За визначенням Д. М. Черваньова та Л. І. Нейкової: "Інновація – це техніко-економічний процес, який завдяки практичному використанню продуктів розумової праці – ідей і винаходів, приводить до створення кращих за властивостями нових видів продукції та нових технологій, які з'явилися на ринку як нововведення, можуть дати додатковий дохід" [1, с. 25].

Інші економісти (Харів П. С., Покропивний С. Ф. та ін.) під поняттям "інновація" розуміють не сам процес, а його результат, що відбувається внаслідок якісних змін виробничого процесу.

Згідно із Законом України "Про інноваційну діяльність": "Інновації – це новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні 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" [2].

Не зважаючи на різні підходи до визначення терміну "інновація", їх об'єднує зв'язок з якісними змінами, спрямованими на створення нового товару, технології, процесу.

Розроблення, освоєння, підготовка, контроль та обґрунтування інновацій відбувається в процесі інноваційної діяльності. Закон України "Про інноваційну діяльність" трактує це поняття, як діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розроблень і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг [2].

Важливе місце в інноваційному процесі належить установам галузевої науки, діяльність яких націлена на реалізацію науково-технічних потреб відповідних галузей і повинна враховувати особливості тієї галузі, до якої вони належать.

До теперішнього часу чітко сформульованого визначення "інновація в торгівлі" в наукових джерелах немає. Всі існуючі визначення досить загальні і підходять до будь-якої галузі. Іжевський В. В. пропонує наступне визначення терміну "інновація" для підприємств роздрібною торгівлі – це остаточний результат інноваційної діяльності, вона виступає у вигляді удосконаленого організаційно-управлінського та торгово-технологічного процесу для досягнення економічного та соціального ефекту [3, с. 124].

Основними чинниками запровадження інновацій у підприємствах роздрібною торгівлі є: посилення конкурентної боротьби та намагання одержати на ринку конкурентні переваги; максимізація прибутку; зростання попиту споживачів на товари; забезпечення престижу підприємства та оперативне вирішення проблем, що можуть виникнути на підприємстві; вивчення наукових новинок та їх впровадження у виробничий процес з метою поліпшення результатів діяльності підприємства [4, с. 167].

В основу управління інноваціями покладена їх класифікація за різними суттєвими ознаками, критеріями, параметрами.

Сучасна класифікація інновацій в роздрібній торгівлі, яка запропонована екс-гендиректором роздрібною мережі "Мосмарт" Еріком Блондо, виділяє сім видів інновацій: радикальні, покровкові, соціальні, технічні, революційні, локальні, архітектурні [5, с. 167].

Як правило, інновації в сфері торгівлі розробляються силами самих працівників і спрямовані на удосконалення діяльності підприємств: впровадження сучасних засобів малої механізації вантажно-розвантажувальних робіт, реєстраторів розрахункових операцій, економії матеріалів, енергії тощо.

Останнім часом торгові підприємства почали все більше уваги приділяти новим інструментам збільшення продаж, успіх яких неможливий без відповідного обладнання та інноваційних технологій.

Інноваційна діяльність в роздрібній торгівлі відбувається за такими напрямками:

– інновації, які спрямовані на впровадження змін у процесі реалізації товарів (зміна технології продажу, штрих-кодування, впровадження самообслуговування, електронної торгівлі тощо);

– інновації, пов'язані з управлінням та організацією всіх процесів на торговельному підприємстві (автоматизація системи обліку, прийом та облік товарів, аналіз товароруку, документообіг, цінова та маркетингова політика, система врахування ризику та прийняття управлінського рішення тощо);

– поліпшення умов праці шляхом автоматизації багатьох процесів і створення зручностей у побутових потребах;

– інновації, пов'язані з управлінням персоналом і спрямовані переважно на підвищення його мотивації та кваліфікації, підвищення продуктивності праці – створення ефективних систем оплати праці, преміювання, кар'єрного зростання та інших нематеріальних стимулів [6, с. 167].

Основними напрямками сучасного динамічного розвитку роздрібних торговельних підприємств є нововведення в управлінні процесом обслуговування споживачів, що сприяло появі потужних роздрібних мереж, поширення самообслуговування, а також використання засобів зв'язку і комунікаційних технологій.

В залежності від способів продажу товарів із застосуванням "електронних" операцій розрізняють різні типи роздрібних торговців [7, с. 16].

1. *Поєднують традиційні та сучасні (електронні) форми торгівлі.* Роздрібні торговці, які мають у своєму розпорядженні власні традиційні магазини, але одночасно надають можливість робити покупки у WEB, що забезпечує їхнім клієнтам найширший вибір товарів і максимальну зручність.

2. *Займаються сучасними (електронними) формами торгівлі.* Це нові роздрібні торговці, які працюють виключно у WEB і з'явилися останніми роками.

3. *Займаються прямим маркетингом, разом з ним здійснюють "електронні" операції роздрібною торгівлі.* Це фірми, які у своєму бізнесі спочатку поклалися на традиційні "позамагазинні" способи продажу.

4. *Займаються традиційними формами торгівлі.* Ці компанії продають товари виключно в магазинах, але використовують WEB для обслуговування клієнтів і формування власного іміджу.

В Україні найбільш розповсюдженими є торговці четвертого типу. Торговці другого типу тільки починають з'являтися на ринку країни, що пов'язано з недостатнім використанням мережі Інтернет, а також низькою довірою споживача до товарів і до самих роздрібних торговців.

Хоча майбутнє роздрібною торгівлі саме за торговцями в системі online, які повністю змінять звичайне уявлення про те, як здійснювати покупки, розробивши нові методи продаж і доставки товарів, системи оплати і порядок повернення куплених товарів.

В роздрібній торгівлі до інновацій можна віднести введення нових методів торгівлі, насамперед, таких як самообслуговування.

Сучасний вигляд магазинів самообслуговування визначають дві складові – формат самообслуговування та IT-технології, які забезпечили успіх роздрібних магазинів, стали підґрунтям для розвитку мереж гіпермаркетів, супермаркетів, дискаунтерів ("магазин біля дому") та інших форматів [8].

Роздрібні підприємства, для яких інформаційні технології відіграють важливу роль, все більше уваги останнім часом надають сучасним IT-рішенням і системам, зокрема збільшилась необхідність в ефективному інструментарію формування управлінської звітності, можливості визначення, зміни та відслідкування ключових показників ефективності, можливості планування і прогнозування споживчого попиту, підвищення лояльності покупців. Так, застосування IT-технологій дає змогу кожного дня слідкувати за ситуацією з асортиментом товарів, цінами, закупками, товарними запасами та ін. Наприклад, при поділенні асортименту на цінові групи, можна визначити, яка група товарів буде мати ціни на рівні конкурентів, яка – нижчі ціни, яка – вищі. Остання група і буде приносити основний прибуток, а перші дві – залучати основних покупців [9].

В м. Чернівці продаж товарів здійснюється через мережу супермаркетів, гіпермаркетів таких провідних фірм як "Fozzy Group" – мережа "Сільпо"; "Квіза Трейд" – мережа "Велика кишеня", ТОВ "ЗУ ТК Продторг", ДП "Норма", ТОВ "Караван", ТОВ "Рома", ТОВ "Універсам". Станом на 1 січня 2010 року в області здійснювало торгівлю діяльність 6 супермаркетів у м. Чернівці та по одному супермаркету в м. Новодністровську та м. Хотині. Торгова площа всіх супермаркетів склала 8,3 тис. м², трьох гіпермаркетів – 15 тис. м². Їхня сукупна торгова площа становила 22,5% від торгової площі всіх магазинів області, або 44% від торгової площі всіх продовольчих магазинів [10, с. 7].

В цих магазинах застосовуються електронні ваги з визначенням вартості покупки; касові апарати, які зчитують штрих-коди; для накопичення і обробки інформації використовуються ПК зі спеціальними програмами.

Останнім часом в галузі роздрібною торгівлі все частіше застосовують:

- програмне забезпечення Back-Office;
- RFID (Radio Frequency Identification) – радіочастотна ідентифікація, яка може одночасно зчитувати інформацію різних груп товарів різної комплектації;
- електронні цінники – мініатюрні дисплеї, аналогічні рідкокристалічним годинникам або калькуляторам, на яких відображаються цифрові або буквені символи. Сутність технології полягає в тому, що інформація про ціни управляється централізовано через головний комп'ютер, що дозволяє швидко вносити інформацію, не залучаючи додатковий персонал і не заважаючи покупцям;
- "розумні візки" (smart cart), які представляють собою поєднання звичайних візків, сканерів штрих-коду і комп'ютерів;
- програмно-апаратні комплекси PosExpert Pro Linux на базі POS системи Wincor NIXDORF, що дозволяє оптимізувати такі процеси як прайс-аудит, внесення інформації про зміни в ціні або характеристику товарів;
- інсталяцію систем відстежування черг в касових зонах для вирішення проблем з чергами і формуванням достатньої кількості кас і режиму роботи касирів;
- систему лічильників, за допомогою яких в режимі online визначають кількість покупців в торговому залі;
- ваги DIGI SM-700, де в процесі зважування на моніторах демонструють відеоролики про властивості продуктів, рецепти блюд з них, рекламні ролики виготовлювача;
- систему DIGI FX-3600 XL, яка дозволяє автоматизувати процес пакування, зважування та етикетування;
- програми візуального мерчандайзингу за допомогою промоушен екранів, електронних цінників, інформаційних кіосків та ін. [11, с. 7].

В майбутньому в роздрібній мережі очікуються кардинальні зміни пов'язаними з новітніми технологіями, такі як біометрична оплата за допомогою відбитків пальців, отримання інформації та продаж за допомогою голографічних продавців, допінгова соціальна мережа і здійснення сумісних закупок, тривимірне сканування покупця для підбору оптимального розміру одягу та взуття та ін. [12].

Висновки з проведеного дослідження. Впровадження інноваційних технологій – важливе завдання для будь-якого підприємства і особливо для торговельного з великою кількістю регіональних підрозділів.

Розуміння суті інновацій і механізму інноваційної діяльності дасть змогу підприємствам роздрібною торгівлі більш ефективно здійснювати свою діяльність, підвищувати результативність функціонування та конкурентоспроможність на ринку.

На інноваційну діяльність підприємства впливають різноманітні чинники, які поділяють на внутрішні та зовнішні і мають свої особливості прояву в кожній галузі національної економіки. Інновації, як результат інноваційної діяльності, з одного боку, повинні бути зорієнтовані на повніше задоволення запитів споживачів, а з іншого – на отримання конкретного економічного ефекту. Врахування на підприємствах різноманітних чинників дасть змогу підвищити його конкурентоспроможність та отримати кращі результати інноваційної діяльності.

Таким чином, інноваційні процеси в торгівлі знаходяться на етапі динамічного розвитку, про що свідчить широкий спектр інноваційних технологій, які використовуються підприємствами торгівлі. Використання прогресивних технологій відкриває перед торговельними підприємствами нові можливості та перспективи для підвищення рентабельності а також значно підвищує його імідж і лояльність покупців.

Бібліографічний список

1. Черваньов Д. М. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України / Д. М. Черваньов, Л. І. Нейкова. – К. : Знання, 1999. – 516 с.
2. Про інноваційну діяльність : [закон України: офіц. текст : із змінами на 03.06.2010 р. № 2314-VI] // Голос України. – 2010. – 23 червня. – № 114.
3. Іжевський В. В. Економічна суть інновацій та інноваційної діяльності підприємств / В. В. Іжевський // Науковий вісник НЛТУ України : збірник науково-технічних праць. – Л. : НЛТУ України, 2010. – Вип. 20.3. – С. 121-127.
4. Онищенко О. С. Економічна сутність інноваційної діяльності торговельних підприємств / О. С. Онищенко // Науковий вісник НЛТУ України : збірник науково-технічних праць. – Л. : НЛТУ України, 2007. – Вип. 17.5. – С. 167-171.
5. Блондо Э. Инновации в розничной торговле / Э. Блондо // Бизнес-журнал. – 2005. – № 4.
6. Бакунов О. О. Систематизація класифікацій видів інновацій торговельних підприємств / О. О. Бакунов, М. С. Рошка // Торговля і ринок України : збірник наукових праць. – Донецьк : ДНУ економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, 2008. – Вип. 25. – С. 86-92.
7. Берман Б. Розничная торговля: стратегический поход / Б. Берман, Дж. Р. Эванс; пер. с англ. – 8-е изд. – М. : Издательский дом "Вильямс", 2003. – 1184 с.
8. Терещенко К. А. Основы розничной торговли: международный опыт в практических решения / К. А. Терещенко. – М. : ООО "Издательство Жигульского", ООО "Русское профессиональное издательство", 2007. – 288 с.
9. IT - это инструмент для бизнеса, он стоит денег, но дает результат. – Режим доступу: <http://www.korusconsulting.ru/press-room/articles/?curPos=145>.
10. Діяльність супер- та гіпермаркетів за 9 місяців 2010 року: економічна доповідь. – Чернівці : Головне управління статистики у Чернівецькій області, 2010. – 14 с.
11. Путь к успеху – инновации // Торговый эксперт. – 2008. – № 5.
12. Технологии, которые изменят торговлю. – Продвижение продовольствия // Prod&Food. – 2010. – № 3. – С. 15-17.

Анотація

У статті узагальнено наукові погляди на зміст та економічну сутність понять "інновація", "інноваційна діяльність". Обґрунтовано доцільність застосування механізму інноваційної діяльності, який дає змогу підприємствам роздрібною торгівлі більш ефективно здійснювати свою комерційну діяльність, підвищувати результативність функціонування та конкурентоспроможність.

Ключові слова: інновація, інноваційна діяльність, типи роздрібних торговців, види інновацій.

Аннотация

В статье обобщены научные взгляды на содержание и экономическую сущность понятий "инновация", "инновационная деятельность". Обоснована целесообразность применения механизма инновационной деятельности, который позволяет предприятиям розничной торговли более эффективно осуществлять свою коммерческую деятельность, повышать результативность функционирования и конкурентоспособность.

Ключевые слова: инновация, инновационная деятельность, типы розничных торговцев, виды инноваций.

Annotation

The article summarizes scientific views on the contents and economic substance of the terms "innovation" and "innovative activity". Substantiates the expediency of application of mechanism innovation, which enables retailers to conduct their commercial activities more effectively and improve efficiency of operations and competitiveness.

Key words: innovation, innovative activity, types of retailers, types of innovations.