

УДК 001.895:339.1(477)

Орлик І. О.

аспірант

Львівської комерційної академії

АНАЛІЗ ВЗАЄМОЗАЛЕЖНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ТА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

В статті проаналізовано ефективність та доцільність інноваційної діяльності торговельних підприємств, висвітлено проблемні аспекти розвитку інноваційної діяльності та напрями їх подолання, а також проведено порівняльний аналіз інноваційної діяльності в торгівлі та в економіці України.

Ключові слова: інноваційна діяльність, інноваційні торговельні підприємства, інноваційний розвиток, роздрібна торгівля.

Постановка проблеми. На сьогодні інноваційний розвиток підприємства є одним з можливих типів його розвитку, отже визначається як покращення показників, забезпечених за рахунок реалізації інноваційних проектів і впровадження нововведень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Щодо трактування поняття та ролі інновацій в економіці існують різні підходи таких науковців, як А. Сміт, Д. Рікардо, Й. Шумпетер, Ф. Хайєк, Ф. Ніксон, К. Найт, К. Фрімен, Д. Норт, В. М. Власенко, В. В. Апопій та інші.

В теоріях Й. Шумпетера аргументовано доводилися взаємозв'язки та взаємообумовленість інноваційної діяльності та ефективності підприємництва, конкурентоспроможності виробництва. На сьогодні впровадження інновацій є безальтернативним шляхом формування міцних довгострокових конкурентних позицій товарів суб'єктів господарювання. Це підтверджується чисельними науковими дослідженнями, де обґрунтовується, що роль інновацій полягає в підвищенні продуктивності праці, виробництві та продажу більш якісної продукції, створенні передумов для економічних агентів щодо перемоги у конкурентній боротьбі.

Постановка завдання. Метою даного дослідження є висвітлення проблемних аспектів розвитку інноваційної діяльності та напрями їх подолання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ефективність та доцільність інноваційної діяльності у будь-якому виді економічної діяльності залежить від її мети. У вітчизняній торгівлі переважає завдання виходу на нові ринки або збільшення існуючої ринкової частки. За для цього здійснюють інноваційну діяльність 41,4% торговельних підприємств України, у той час, як в економіці загалом таку мету ставили перед собою керівники 37,9 % інноваційних суб'єктів господарювання.

Вважаємо негативним, що лише 20,9% інноваційно активних підприємств торгівлі (22,4% загалом по економіці) ставить головним очікуваним результатом інноваційної діяльності зниження рівня витрат праці, а зниження рівня матеріальних витрат – 15,6% та 21,4% відповідно. На наш погляд, головна мета інноваційної діяльності має спрямовуватися на отримання конкурентних переваг. Такими здебільшого є вища якість та конкурентоспроможність товарів чи вища ефективність господарювання шляхом зниження рівня витратомісткості і підвищення витрато- та капіталовіддачі.

Важливим чинником інноваційної діяльності є наявність необхідної для цього інформації. Для її збору і опрацювання, як правило, використовуються всі можливі для цього канали збору даних. Чим ширший перелік зібраної інформації, тим вона достовірніша і системніша для прийняття нових ефективних рішень. З огляду на це, бачимо, що структура джерел отримання інформації, потрібної для інноваційної діяльності, в економіці України недостатньо раціональна.

В основному для прийняття рішень в процесі інноваційної діяльності суб'єкти економічних відносин застосовують власні дані. Це 25,0% інноваційно активних підприємств загалом та 21,7% від інноваційних торговельних підприємств.

Найменше ж для цього використовуються такі джерела збору інформації, як навчальні заклади (0,9% підприємств загалом та 2,0% – підприємств торгівлі), державні НДІ (2,0% та 4,5%), консультанти та приватні НДІ (3,3% та 4,0%), професійні та промислові асоціації (2,4% та 3,7%). На нашу думку, такий стан справ потрібно розцінювати, як негативний, адже саме вказані інституційні джерела і є основними каталізаторами інноваційної діяльності в економічно розвинених державах та, власне, й виступають головними партнерами суб'єктів господарювання, що розвивають, чи успішно реалізують інноваційну діяльність.

До позитивного можна віднести вищу активність у вітчизняній торгівлі щодо застосування таких джерел збору даних для інноваційної діяльності, як постачальники обладнання, матеріалів, компонентів чи програмного забезпечення (перевищення за часткою підприємств у торгівлі порівняно з економікою загалом становило 0,5 %), конкуренти або інші підприємства (на 0,6%), конференції, торгові ярмарки, виставки (на 2,6%), наукові журнали (на 0,5%). Тобто в торгівлі ширше застосовуються у вказаних цілях ринкові джерела, що закономірно та позитивно.

Роздрібні торговельні підприємства самостійно формують асортимент та номенклатуру своїх товарів, диверсифікуючи таким чином ризики їх ліквідності. Роль продуктових (товарних) інновацій у виробничому секторі економіки більш важлива, ніж у посередницькій сфері, адже виробник виготовляє обмежену номенклатуру власної продукції. Відтак, від її інноваційності значно залежить попит та конкурентоспроможність, звідси – обсяги виробництва та збуту, ефективність та відтворення виробництва. Разом з тим, як показує досвід швидкого розвитку вітчизняної роздрібною торговельної мережі та роздрібною торгівлі загалом, інноваційний чинник разом з інвестиційним забезпеченням виходить на перший план у ефективності боротьби за споживача та ринкові сегменти.

Окрім товарних, у роздрібній торгівлі значно актуалізується потреба у розробці і впровадженні торгово-технологічних, організаційних,

економічних, юридичних та інших інновацій. Йдеться про запровадження нових підходів до товароруху, логістики та складування товарів, процесів обслуговування покупців, здійснення ними закупівель, розрахунково-касові операції, організацію всіх етапів та складових бізнес-процесів, управління внутрігосподарським станом та фінансами, планування функціонуванні та розвитку, удосконалення внутрішніх та зовнішніх договірних відносин тощо. При посиленні конкуренції на внутрішньому споживчому ринку саме ці аспекти приваблюють покупців, контрагентів та партнерів по бізнесу, а також здатні підвищити товарооборотність і прибутковість фінансово-господарської діяльності при обмеженні торгової надбавки.

Не применшуємо й роль інноваційної активності в системі національного господарства загалом. По-перше, супутнім процесом активізації інноваційного розвитку є формування та удосконалення її інфраструктури, поширення «імпульсів» інноваційних підходів до господарювання на більшість секторів та видів економічної діяльності. По-друге, збільшення обсягів інноваційної діяльності у промисловості є передумовою зростання частки продажу у роздрібній торговельній мережі товарів, виготовлених на території України. По-третє, інновації можуть виступати зв'язуючою ланкою міжгалузевого співробітництва підприємств роздрібною торгівлі, сфери послуг, будівельного комплексу, а також таких галузей переробної промисловості, як виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів, легка промисловість, машинобудування, виробництво готових металевих виробів.

Оскільки роздрібна торгівля є істотною частиною сфери товарного обігу та покликана опосередковувати доведення товарів від виробництва до споживання, її обсяги та ефективність залежать від новизни, привабливості та переваг товарів.

Втім, за даними Державної служби статистики України, частка вітчизняних підприємств, що займалися інноваціями, становила на початку 2011 р. 21,0% та збільшилася, що позитивно, до аналогічного періоду 2009 р.

на 3,0 в. п. На жаль, при цьому лише 1,6% вітчизняних підприємств займалися продуктовими інноваціями. Причому до попереднього періоду цей показник навіть зменшився – на 0,8 в. п.

На наш погляд, власне це й може слугувати причиною недостатньої конкурентоспроможності вітчизняних товарів на внутрішньому ринку. У 2011 р. частка продажу товарів, виготовлених на території України, становила 87,2% та протягом 2005-2011 рр. маємо тенденцію до зниження цього показника. До 2005 р. частка вітчизняних продовольчих товарів зменшилася на 8,6 в. п., а непродовольчих – на 10,4 в. п.

Малою залишається й частка процесних інновацій – 3,3% у період 2006-2008 рр. та 3,4% – у 2008-2010 рр., що не сприяє впровадженню на вітчизняних підприємствах сучасних торгових та виробничих технологічних процесів. Це консервує застосовувані на сьогодні низько ефективні процеси фінансово-господарської діяльності вітчизняних економічних агентів.

Дещо кращою є ситуація з маркетинговими та організаційними інноваціями, якими займалися 11,2% вітчизняних підприємств станом на початок 2011 р. До аналогічного періоду 2009 р. цей показник збільшився на 4,8 в. п. Як бачимо, суб'єкти господарювання все більше усвідомлюють потребу у цих видах інновацій, адже це запорука удосконалення бізнес-процесів, посилення економічної безпеки та ефективності господарювання.

Щодо стану справ з інноваційною активністю в економіці України залишається негативним. На це вказує надмірно висока частка суб'єктів господарювання, що не здійснювали жодних інновацій. У період 2008-2010 рр. таких було 79,0%. При цьому інноваційно активних промислових підприємств ще більше – 83,8% у 2011 р. (у переробній промисловості – 82,9%); впроваджували інновації лише 79,0% від загальної кількості інноваційно активних вітчизняних промислових підприємств; частка промислової інноваційної продукції становила лише 3,2% [1].

Разом з тим позитивним є те, що в Україні хоча й невисокими темпами, але все ж збільшуються обсяги та частка інноваційної діяльності у

посередництві та торгівлі. Як видно з даних, поданих у табл. 1, у 2008-2010 рр. частка інноваційних підприємств у посередницькій сфері становила 29,1%, поступаючись лише підприємствам промисловості, та збільшилася відносно періоду 2006-2008 рр. на 4,8 в. п. Причому за аналізований період інноваційна активність в торгівлі була вищою за середню в економіці: у 2006-2008 рр. – на 6,3%, у 2008-2010 рр. – на 8,1%; та темпи її зростання були вищими – на 1,8 в. п.

Однак торгівля поступається за показником охопленості персоналу підприємств інноваційною діяльністю. У 2008-2010 рр. частка працюючих на інноваційно активних підприємствах торгівлі становила 25,8%, що на 14,0% менше, ніж в середньому по економіці. Але, позитивно, що кількість працівників торговельних підприємств, які займаються інноваціями, збільшується (на 4,8 в. п.) у той час, як в економіці держави – зменшується (на 3,5 в. п.). Це засвідчує наявність потенціалу та попиту на розвиток інновацій в торгівлі.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика інноваційної діяльності в торгівлі та в економіці України у 2006-2008 рр. та 2008-2010 рр. [2, 3]

Показники	Роки		Абсолютні відхилення, в. п.
	2006-2008 рр.	2008-2010 рр.	
Частка інноваційних підприємств: - у торгівлі, %	24,3	29,1	4,8
- в економіці, %	18,0	21,0	3
Чисельність працюючих на інноваційно активних підприємствах, % до загальної чисельності працівників: - у торгівлі	21,0	25,8	4,8
- в економіці, %	43,3	39,8	-3,5
Частка реалізованої продукції інноваційно активними підприємствами: - у торгівлі, %	20,3	33,8	13,5
- в економіці, %	40,0	44,3	4,3
Частка реалізованих товарів, що були новими для ринку: - у торгівлі, %	5,0	4,6	-0,4
- в економіці, %	9,5	5,1	-4,4
Частка витрат на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення: - у торгівлі, %	66,0	94,1	28,1
- в економіці, %	74,2	76,2	2
Частка підприємств з технологічними інноваціями, що мали партнера з інноваційної співпраці: - у торгівлі, %	29,7	15,3	-14,4

- в економіці, %	30,3	22,5	-7,8
Частка підприємств з технологічними інноваціями, що отримували державну фінансову допомогу для інноваційної діяльності: - у торгівлі, %	2,1	0,2	-1,9
- в економіці, %	5,0	3,7	-1,3
Кількість підприємств, що впроваджували організаційні або маркетингові інновації: - у торгівлі, од.	1539	2029	490
- в економіці, од.	5145	6002	857

Відстає на разі торгівля і за показником частки реалізованої продукції інноваційно активними підприємствами. Але, якщо у 2006-2008 рр. такі підприємства займали лише 20,3% ринку, то у 2008-2010 рр. – вже 33,8%, що позитивно та засвідчує сприятливий вплив збільшення обсягів інноваційної діяльності на обсяги господарювання підприємств. Підтвердженням цього є і значно швидші темпи зростання обсягів продажу товарів інноваційних підприємств торгівлі порівняно з аналогічним показником для економіки в цілому (перевищення становило 9,2 в. п.).

На жаль, не можемо констатувати на стільки ж позитивних зрушень щодо таких показників, як частка реалізованих товарів, що були новими для ринку; частка підприємств торгівлі з технологічними інноваціями, що мали партнера з інноваційної співпраці; частка підприємств торгівлі з технологічними інноваціями, що отримували державну фінансову допомогу.

Вважаємо, що керівництву вітчизняних торговельних підприємств та органам влади необхідно працювати над покращенням ситуації у цій сфері, адже погіршення зазначених показників свідчить про недостатність впливу та співпраці торгівлі з виробничим сектором щодо створення спільних торгових марок та виробництва нових інноваційних товарів, послаблення міжсекторальної та міжгалузевої співпраці в інноваційній сфері (що негативно, адже інноваційні витрати традиційно значні і їх здійснювати самотужки в посткризовий період доволі складно; недоліком є недоотримання переваг спеціалізації торговельних підприємств на торговельній діяльності, а інноваційних – на дослідженнях, розробках та отриманні результатів інтелектуальної творчої діяльності), зменшення уваги

держави щодо підтримки інноваційно активних підприємств торгівлі у той час, як зміцнюються позиції суб'єктів господарювання з іноземним капіталом на внутрішньому ринку України.

До позитивних тенденцій з розвитку інноваційної діяльності у вітчизняній торгівлі віднесемо активне збільшення витрат на придбання машин, обладнання та комп'ютерної техніки – частка інноваційних витрат на цю статтю (на техніко-технологічні інновації) зросла у 2008-2010 рр. до 94,1% (темпи зростання становили 28,1%), перевищуючи середньодержавний показник на 17,9%. Втім, це одночасно засвідчує й те, що значно звузилися в останні роки витрати підприємств торгівлі на інші види інновацій, що може розцінюватися як негативне.

Щоправда, поступово збільшується й кількість суб'єктів господарювання у вітчизняній торгівлі, які впроваджують організаційні та маркетингові інновації. Кількість таких підприємств збільшилася у 2008-2010 рр. до 2006-2008 рр. на 490 од. (з 1539 од. до 2029 од.), що доволі суттєво, адже темпи зростання становили 131,8%, що на 15,1 в. п. перевищувало середньодержавне значення.

Висновки. Отже, є підстави стверджувати, що інноваційна діяльність у вітчизняній посередницькій сфері поступово активізується. Вона ще недостатня, але простежуються тенденції до активного розвитку технологічних, маркетингових, організаційних інновацій. Перспективи за розробками та впровадженням товарних, юридичних, економічних та інших видів інновацій.

Список використаної літератури

1. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: Статистичний збірник. – Державна служба статистики України. – К.: ДП «Інформаційно-видавничий центр Державної служби статистики України», 2012. – 305 с.

2. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: Статистичний збірник. – Державний комітет статистики України. – К.: ДП «Інформаційно-видавничий центр», 2010. – 347 с.
3. Статистичний щорічник України за 2011 р.: Статистичний збірник. – Державна служба статистики України. – К.: ТОВ «Август-Трейд», 2012. – 558 с.

ОРЛИК И. А. АНАЛИЗ ВЗАИМОЗАВИСИМОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ И РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

В статье проанализировано эффективность и целесообразность инновационной деятельности торговых предприятий, высветлены проблемные аспекты развития инновационной деятельности и направления их преодоления, а также проведено сравнительный анализ инновационной деятельности в торговле и в экономике Украины.

Ключевые слова: инновационная деятельность, инновационные торговые предприятия, инновационное развитие, розничная торговля.

ORLIK I. O. ANALYSIS OF ASSOCIATIONS OF INNOVATION AND DEVELOPMENT ACTIVITY RETAILERS

The paper analyzes the effectiveness and appropriateness of innovation traders, lightened the problematic aspects of the development of innovation and the direction of overcoming them, as well as a comparative analysis of innovation in trade and the economy of Ukraine.

Keywords: innovation, innovative commercial enterprises, innovative development, retail trade.