

УДК 658.6,
JEL M12, M29, L81, F19

**Н. Ващенко, канд. екон. наук, доц.
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського**

СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті доведено необхідність урахування інноваційної складової на торговельних підприємствах та врахування інноваційного розвитку торгівлі при розробці державних документів; розкрито досвід Республіки Білорусь щодо інноваційного розвитку торгівлі; розкрито сутність поняття "інновація"; обґрунтовано сутнісні характеристики інновацій на торговельних підприємствах; визначено поняття "інновація торговельного підприємства" та логіка конструкції цього поняття.

Ключові слова: інновація; інтенсивний розвиток; персонал; потенціал; торговельне підприємство.

Розвиток економіки України екстенсивним шляхом на сучасному етапі не дозволяє конкурувати національним суб'єктам господарювання на міжнародній арені. Здебільшого, саме ця економічна причина гальмує процес приєднання України до Європейського Союзу.

Про необхідність впровадження інновацій на підприємствах, що й є запорукою інтенсивного розвитку, висловлюються учені з часу набуття Україною незалежності, для багатьох із яких ця тема стала об'єктом наукових досліджень і дисертацій. Для вирішення цієї проблеми розробляються документи на державному рівні, що схвалюються Президентом, Верховної Радою та (або) Кабінетом Міністрів України.

Зокрема, у Концепції гуманітарного розвитку України встановлені причини не сформованої в Україні інноваційної системи, не конкурентоспроможності на світовому ринку підприємств внаслідок їх низької інноваційної активності, відмічено низький рейтинг України серед 131 країн за технологічним розвитком (93 місце) та за інноваціями (65 місце); при цьому, автори цього документу звертають увагу на причини цих проблем – не сформованість людського потенціалу в Україні внаслідок низької якості освіти, втрата висококваліфікованих фахівців, старіння наукових кадрів [1]. Одними з причин екстенсивного розвитку економіки, не сформованого науково-технічного потенціалу, технологічного відставання також визнаються втрата наукових шкіл і наукового кадрового потенціалу, старіння наукових кадрів, неякісна система вищої освіти та, загалом – неефективне використан-

ня існуючого кадрового, освітнього, науково-технічного та виробничого потенціалів [2]. У Концепції розвитку національної інноваційної системи подальше відставання України у технологічному розвитку від розвинутих країн світу, зменшення кількості інноваційно активних підприємств, гальмування інноваційного розвитку пов'язується з неефективним використанням власного інноваційного потенціалу та зниженням його рівня, що є наслідком, у тому числі, й "...зниження стимулюючої ролі плати за працю, продуктивності праці та рівня фондоозброєності працівників..." [3].

Проблема інноваційного розвитку економіки України є вельми актуальною, але, на жаль, залишається не вирішеною. Позитивною рисою усіх трьох документів є те, що у кожному з них звертається увага на кадрову складову – як рушійну силу інноваційного розвитку. Але, при цьому, є й суттєва недоробка: в них розглядаються проблеми інноваційного розвитку лише у сфері виробництва, поза врахування сфери торгівлі. Неврахування місця сфери обігу за змістом цих документів є суттєвою практичною проблемою сприйняття суб'єктами державного управління самих процесів інтенсивного та інноваційного розвитку. При цьому, на наше переконання, саме сфера обігу та інтенсивний розвиток торгівлі на основі впровадження інновацій на торговельних підприємствах, як де-факто, прискорює інноваційний розвиток національної економіки, оскільки торгівля – як галузь, є зв'язуючим ланцюгом між сферами виробництва та споживання як інноваційних, так й інших товарів.

Окремими вченими-економістами звертається увага на недостатність досліджень у напрямку інноваційного розвитку саме торговельних підприємств. Так, наприклад, М.О. Яременко у своїх дослідженнях доводить, що сам по собі процес переходу національної економіки України на інноваційну модель розвитку "...потребує нового підходу до формування системи стратегічного управління торговельним підприємством..." [4, с.3]. В.В. Іжевський справедливо відмічає, що розвиток сфери товарного обігу на сучасному етапі розвитку економіки України потребує "...пошуку і обґрунтування шляхів впровадження інновацій, що дозволить створити умови стійкого соціально-економічного розвитку як кожного господарюючого суб'єкта, так і суспільства загалом..." [5, с.3]; при цьому, цей учений звертає увагу на те, що "...у сучасній вітчизняній економічній літературі ще недостатньо уваги приділяється комплексному дослідженню можливостей впровадження інновацій у сферу обігу, а саме – торгівлю..., домі-

нуюча частина науковців розглядає новації лише у виробничій сфері, оминаючи сферу обігу..., до цього часу науковцями не сформульоване чітке визначення сутності інновацій у торгівлі..." [5, с.4, 10–11]. На аналогічні проблеми звертає увагу у своїх дослідженнях й М.С. Молодоженя, відмічаючи наступне: – "Більшість наукових праць з інноватики орієнтувалися на виробничу концепцію та дослідження інновацій у промисловості... Проте відчувається відсутність ґрунтовних досліджень у сфері торгівлі та послуг... За цих умов набувають актуальності дослідження сутності інноваційної діяльності підприємств торгівлі, – інноваційного потенціалу торговельного підприємства" [6, с.11].

Однак, в окремих дослідженнях учених поза уваги залишається інноваційна складова цього процесу розвитку економіки України. Прикладом цього протиріччя можна визнати зміст праць [7; 8; 9; 10; 11]. Так, розглядаючи потенціал торговельних підприємств у якості "...здатності реалізувати обсяги товарів..." [7, с.13], ані у самому визначенні, ані за жодного з його класифікаційних ознак (сферою використання, часовою ознакою, можливістю використання) [7, с.24–25], не врахована інноваційна складова. Потенціал розвитку торговельного підприємства подається у вигляді "...сукупності можливостей функціональних потенціалів підприємства змінювати параметри показників діяльності підприємства в умовах обраної стратегії розвитку..." [8, с.5], проте поза уваги автора залишається не тільки інноваційна складова, але й те, що орієнтиром повинен бути не розвиток – як такий, а інтенсивний розвиток. Розкриваючи сутність формування стратегії управління економічним потенціалом торговельного підприємства, за змістом наукової праці [9] за жодної з визначених складових, які враховано (клієнтська та фінансова), та чинників, які впливають на підприємство та використовуються ним, не приділено уваги інноваційним. Не враховано інноваційна складова у визначенні потенціалу торговельного підприємства й за змістом праці [10], який являється в якості "...спроможності суб'єкта ринку сформувати певні види економічних ресурсів, володіти ними, за необхідності залучати ззовні та ефективно використовувати у господарській діяльності з метою задоволення потреб споживачів та отримання власних економічних вигод" [11, с.16]. Отже можна відмітити, що необхідність упровадження інновацій в діяльність торговельних підприємств із метою їх інтенсивного розвитку, ще не достатньо усвідомлена вченими, які безпосередньо займаються проблематикою саме цієї (торговельної) галузі економіки.

Метою статті є – аналіз такої категорія, як "інновація", значення інновацій для інтенсивного розвитку торговельних підприємств, визначення у цьому процесі людського чинника (персоналу) – як рушійної сили формування та реалізації потенціалу та впровадження інновацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. З метою доведення необхідності врахування інноваційного розвитку саме торговельної галузі – як усунення практичної проблеми державного рівня та відповідного визначеного вище протиріччя, слід використовувати досвід Республіки Білорусь, де на державному рівні визначаються напрямки інноваційного розвитку як промислових, так і торговельних підприємств у комплексі, про що свідчить зміст таких державних документів, як Державна програма інноваційного розвитку Республіки Білорусь на 2007–2010 р.р.[12], Програма розвитку логістичної системи Республіки Білорусь на період до 2015 р. [13], Програма розвитку внутрішньої торгівлі Республіки Білорусь на 2006–2010 р.р.[14]. Інноваційні процеси у торговельній галузі, поруч із іншими відстежуються у цій країні Національним статистичним комітетом [15], і аналізуються, на основі постійного моніторингу, Державною агенцією з інвестицій науки та техніки "Белта" [16]. Отже, для торговельних підприємств інноватика має саме таке важливе значення, як і для підприємств сфери виробництва, про що свідчить досвід Республіки Білорусь.

Вирішуючи наступне протиріччя (не достатнє усвідомлення вченими, які безпосередньо займаються проблематикою розвитку торговельної галузі, перш за все, необхідно розкрити сутність самого поняття "інновація" з визначенням наукових підходів, на основі яких це поняття можна використовувати саме у цій галузі.

Розкриваючи сутність самого поняття "інновація" звертає на себе увагу той факт, що серед учених існує декілька підходів до його трактування та, при цьому, окремі з них визначають наукову проблему відсутності загально визнаного бачення цієї категорії. Звертає на себе увагу критика Закону України "Про інноваційну діяльність", в якому поняття "інновації" трактується, як "...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" [17]. Не дивлячись на критичне ставлення до трактування цього терміну у праці [18, с.86–87], виходячи

з нього можна дійти головного конструктивного висновку: інновації стосуються не тільки виробничої, але й інших сфер (у т.ч. – торгівлі), оскільки ґрунтуються не тільки на рішеннях виробничого, але й комерційного характеру та, при цьому, використовуються не тільки для поліпшення і вдосконалення продукції, але й послуг.

Відтак, при вивченні сутності поняття "інновація" нами, у першу чергу звертається увага на те, які з визначень можуть бути придатними для використання у сфері обігу та на торговельних підприємствах. На основі проведеного контент-аналізу наукових праць більш, ніж 50 вчених, якими надається різне визначення поняття "інновація", відібрано саме такі (придатні) визначення (табл. 1).

Таблиця 1

Трактування поняття "інновація"

Автор, джерело	Визначення поняття "інновація"
Й. Шумпетер [19]	Втілення наукового відкриття, технічного винаходу в новій технології або новому виді виробу; – нова функція виробництва, її нова комбінація; – створення нового товару, з яким споживач ще не знайомий, або нової якості товару; – створення нового методу виробництва, нової організації, <i>відкриття нового ринку</i> .
А.І. Акмаєв, Б.Т. Кліяненко [18, с.93]	Принципово нові, створені на основі сучасних досягнень науки і застосовані елементи продуктивних сил, форми і методи організації виробничих, <i>соціально-еколого-економічних відносин між суб'єктами, що безпосередньо та опосередковано причетні до їх створення та використання</i> .
С.В. Мочерний [20, с.145]	Втілення <i>нових форм організації праці і управління</i> , що охоплює не тільки окреме підприємство, але і їх сукупність, галузь.
Л.В. Артемова, М.З. Бор [21, с.67]	Розробка та впровадження нових (удосконалених) продуктів, технологій та <i>процесів</i> .
А.М. Колот [22, с.143]	<i>Нові знання</i> у вигляді досконаліших чи принципово <i>нових ідей</i> , проєктів, результатів наукових досліджень тощо; <i>зміни творчого характеру, де що нове у сфері діяльності людини</i> ; новизна певних властивостей того, що виробляється чи продукується; результат творчого процесу у вигляді нових споживчих вартостей; реалізація нових ідей у діяльності людини, яка сприяє задоволенню потреб і приносить економічну вигоду тим, хто ці ідеї продукує, поширює і запроваджує.
Х. Пірс [23, с.128]	<i>Комерційне освоєння нової ідеї</i> .
В. Хіппель [24, с.19]	Застосування <i>нового продукту або процесу</i> на практиці.

Закінчення табл. 1

Автор, джерело	Визначення поняття "інновація"
К. Фрімен [25, с.348]	Технічна, дизайнерська, виробнича, <i>управлінська та комерційна діяльність</i> із виготовлення нових (удосконалених) товарів чи перше комерційне використання нових (удосконалених) процесів або обладнання.
П.Ф. Друкер [26, с.27]	Зміни, які ймовірно за все містять у собі <i>підприємницькі можливості</i> .

Пояснення до табл. 1: курсивом виділено ту частину визначення, що дозволяє вважати доцільним використання терміну у сфері обігу та на торговельних підприємствах.

Отже, на основі проведеного контент-аналізу праць учених-економістів, якими надано визначення поняття "інновація" (табл. 1), при їх різному трактуванні відмічено позитивні точки зору, врахування яких дозволяє характеризувати сутність інновацій у торговельній галузі, а також, відповідно – уточнити поняття "інновація торговельного підприємства".

Передусім, на наше переконання, сутність інновацій у торговельній галузі та на будь-якому торговельному підприємстві полягає у наступному: по-перше, це використання прогресивних форм і методів господарської діяльності у процесі купівлі, зберігання та продажу товарів, застосування нових послуг на стадії продажу товару, що дозволяють максимально задовольнити запити споживача, втілення корисних ідей у процесі господарської діяльності, що збільшують прибуток; по-друге, це освоєння нових сегментів ринку купівлі та продажу товарів, які нададуть можливість охопити як найбільшу кількість постачальників товарів і покупців; по-третє, це використання нових – адекватних стану розвитку підприємства та прогресивних форм організації праці та управління як самим підприємством, так і персоналом; по-четверте, це втілення на практиці форм і методів оновлення знань персоналу задля його здатності формувати та реалізовувати потенціал для інтенсивного розвитку підприємства; по-п'яте, це комерціалізація нових ідей та рішень у процесі господарської діяльності; по-шосте, це розвиток підприємницьких здібностей персоналу; по-сьоме, це отримання результату від впровадження нових форм і методів організації господарської діяльності у вигляді сформованого потенціалу, реалізація якого дозволить забезпечити інтенсивний розвиток підприємства та, відповідно – збільшити товарообіг, дохід і прибуток.

Отже, виходячи з вищевикладеного, на основі сутнісних характеристик, і з метою усунення неточностей, що містяться у працях [5; 6], нами

надається наступне визначення поняття "інновація торговельного підприємства": "Це отриманий корисний результат від комерціалізації творчих ідей персоналу на стадіях закупівлі, зберігання та продажу товару на ринку, який досягається завдяки сформованому та реалізованому потенціалу підприємства на основі генерації знань персоналу та розвитку його підприємницьких здібностей, використання новітніх форм і методів організації праці та управління, що дозволяє забезпечити інтенсивний розвиток підприємства, збільшити прибуток та обсяг збуту товару". Вважаємо, що у наведеному визначенні виділяється як особливість торгівлі, порівняно з іншими галузями (у першу чергу – виробництва), так і закладено основна ідея впровадження інновацій задля інтенсивного розвитку торговельних підприємств. Логічний вираз такого трактування має наступний вигляд (рис. 1).

Висновки та перспективи подальших досліджень. Очевидно, виходячи з логіки конструкції самого поняття "інновація торговельного підприємства", що впровадження нововведень та оновлення у процесі господарської діяльності на всіх стадіях (від закупівлі до збуту товару) є свідченням генерації знань персоналу, комерціалізації його творчих ідей та реалізації власне потенціалу. Лише на цих умовах можливо сформувати та реалізувати потенціал підприємства у цілому, що й дозволяє забезпечити інтенсивний розвиток та, відповідно – збільшити обсяги збуту товару та прибуток торговельного підприємства. Таким чином, інноваційність персоналу є запорукою інтенсивного розвитку торговельного підприємства.

Результати проведеного дослідження дозволяють переконатися у тому, що впровадження інновацій на торговельних підприємствах має таке саме важливе значення для інноваційного розвитку економіки, як і на виробничих. Контент-аналіз наукових праць дозволяє стверджувати, що окремими вченими-економістами надаються трактування поняття "інновація", в яких закладено можливість їх використання на торговельних підприємствах. При цьому, вирішення проблем інтенсивного розвитку торговельних підприємств не можливо без упровадження інновацій, на що необхідно звертати увагу вченим-економістам, об'єктом досліджень яких є саме сфера обігу та торговельна галузь.

Виходячи з логіки конструкції поняття "інновація торговельного підприємства" стає очевидним, що для їх упровадження потрібно на особливу увагу приділяти якісному складу персоналу, застосовувати новітні форми та методи організації праці, розвивати підприємницькі здібності персона-

лу, підвищувати рівень його освіченості та кваліфікації. Лише при цьому, та на основі формування стійких мотивів персоналу торговельного підприємства засобами матеріального та морального стимулювання до впровадження інновацій, на торговельному підприємстві можливо сформувати інноваційний потенціал, комерціалізувати творчі ідеї персоналу на кожній стадії технологічного циклу, отримати ефект у вигляді реалізації інноваційного потенціалу підприємства та досягти головної мети господарської діяльності – забезпечити інтенсивний розвиток, що й є передумовою збільшення обсягу збуту та зростання прибутку.

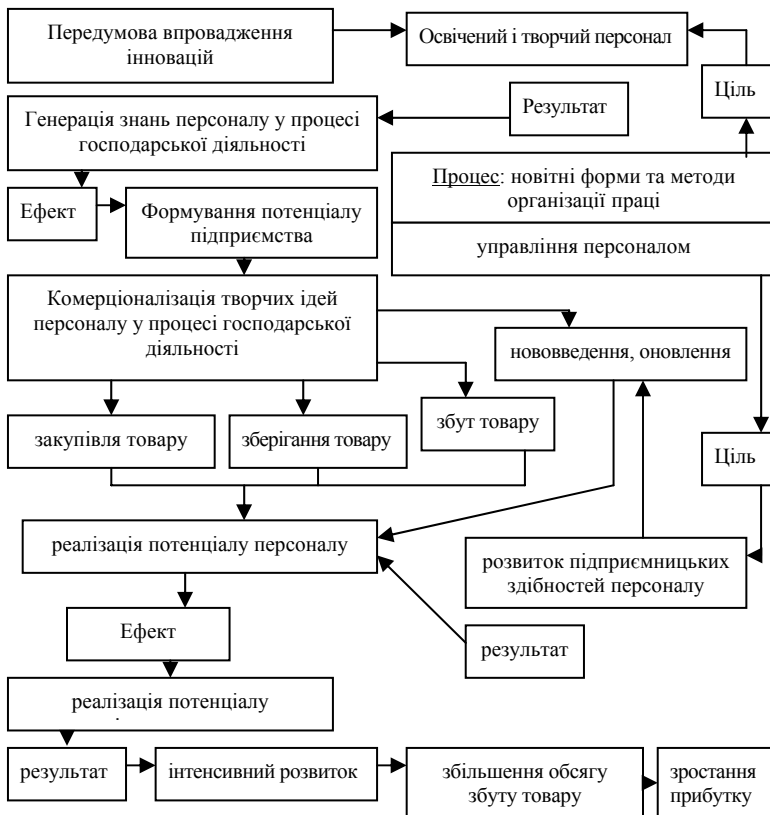


Рис. 1 Логіка конструкції поняття "інновація торговельного підприємства" (розробка автора)

Література:

1. Концепція гуманітарного розвитку України. – К.: Інститут стратегічних досліджень НАНУ [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/Table/koncept.html>.

2. Про Рекомендації парламентських слухань на тему: "Національна інноваційна система України: проблеми формування та реалізації" / Постанова Верховної Ради України. – Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2007, № 46, с. 525.

3. Концепція розвитку національної інноваційної системи. – К. Державно агентство з інвестицій та інновацій / Офіційний веб-сайт [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.in.gov.ua/index.php>.

4. Яременко М.О. Управління потенціалом торговельних підприємств / Марина Олександрівна Яременко Дис...канд. екон. наук спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Донецьк: Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, 2013. – 143 с.

5. Іжевський В.В. Інноваційний розвиток роздрібної торгівлі та ресторанного господарства: Дис. канд. екон. наук за спец. 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / Іжевський В.В.. – Львів: Львівська комерційна академія, 2011. – 189 с.

6. Молодоженя М.С. Управління результативністю інноваційної діяльності підприємств торгівлі: Дис. канд. екон. наук за спец. 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / Марина Сергіївна Молодоженя. – Київський національний торговельно-економічний університет, 2012. – 166 с.

7. Григораш О.В. Управління економічним потенціалом торговельних підприємств / Оксана Володимирівна Григораш: Дис...канд. екон. наук спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Донецьк: Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, 2013. – 133 с.

8. Кузьменко О.К. Механізм управління потенціалом розвитку торговельних підприємств системи споживчої кооперації: Дис. канд. екон. наук за спец. 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / Олександра Костянтинівна Кузьменко. – Полтава: Полтавський університет економіки і торгівлі, 2011. – 290 с.

9. Дуда С.Т. Інноваційні підходи до формування та розвитку економічного потенціалу торговельних підприємств споживчої кооперації України / С.Т. Дуда, О.О. Ільчук [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://ukrcoop-journal.com.ua/2009-2/num/Cduda.htm>

10. Карпенко Ю.В. Методичні підходи до оцінки потенціалу торговельних підприємств / Ю.В. Карпенко // Економіка і регіон. – 2009. – № 1 (20). – С. 127 – 131.

Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2014. – №1 (28)

11. Березін О.В. Теорія і практика забезпечення ефективного використання потенціалу торговельних підприємств: монографія / О. В. Березін, Ю. В. Карпенко. – Полтава: ІнтерГрафіка, 2012. – 203 с.

12. Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2007-2010гг.// Указ Президента РБ № 136 от 26.03.2007г.

13. Программа развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015г.// разработана государственным научным учреждением "Институт экономики Национальной академии наук Беларуси"

14. Программа развития внутренней торговли Республики Беларусь на 2006–2010г.г.// Постановление Совета Министров РБ 27 июля 2006 г. № 941

15. Основные показатели социально-экономического развития Республики Беларусь за 2008г. – Национальный статистический комитет Республики Беларусь// [Электронный ресурс]/20 февраля 2008г. – режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>

16. Инновационные технологии в Беларуси: инвестиции, наука, техника/ по материалам БЕЛТА/17.10.2008г// [Электронный ресурс] /1 февраля 2008г. – режим доступа: <http://google.by>

17. Закон України "Про інноваційну діяльність" № 40-IV від 04.07.2002 // Голос України. – 2002. – 9 серпня. – С. 10.

18. Економіка й організація інноваційної діяльності: навч. посіб. / А.І. Акмаєв, Б.Т. Кліяненко, О.П. Осика та ін. – Луганськ: ІЕПД НАН України, СЧУ ім. В. Даля; Алчевськ: ДонДТУ, 2008. – 341 с.

19. Шумпетер Й.А Теория экономического развития /Й.А.Шумпетер.– М.: "Эксмо", 2007.– 864с.

20. Економічний словник-довідник / за ред. С.В. Мочерного. – К.: Феміна, 1995. – 368 с.

21. Инвестиции и инновации: словарь-справочник от А до Я / под ред. М.З. Бора, А.Ю. Денисова. – М.: "ДИС", 1998. – 208 с.

22. Колот А.М. Трансформація факторів соціально-економічного розвитку на етапі формування економіки знань / А.М. Колот // Вісник Донбаської державної машинобудівної академії. – 2008. - № 2 (12). – С. 140 – 148.

23. Riggs X. Managing high technology companies Bemont. – N.Y., 1983. – 333 p.

24. Hippel V. U.S. high technology trade and competitiveness. Staf-freport // U.S. Department of Commerce, 1985. – 60 p.

25. Freeman C. The Economics of Industrial Innovation; / Chris Freeman, Luc Soete, London, 1982. – 470 p.

26. Друкер П.Ф. Управление, нацеленное на результаты / П.Ф. Друкер; пер. с англ. – М.: Прогресс, 1992 – 199 с.

References:

1. Konceptija gumanitarnogo rozvitku Ukraïni. – K.: Institut strategichnih doslidzhen' NANU [Elektronnij resurs]: Rezhim dostupu: <http://www.niss.gov.ua/Table/koncept.html>.
2. Pro Rekomendacii parlaments'kih sluhan' na temu: "Nacional'na innovacijna sistema Ukraïni: problemi formuvannja ta realizacii" / Postanova Verhovnoi Radi Ukraïni. – Vidomosti Verhovnoi Radi Ukraïni (VVR), 2007, № 46, st. 525.
3. Konceptija rozvitku nacional'noi innovacijnoi sistemi. – K. Derzhavno agentstvo z investicij ta innovacij / Oficijnij veb-sajt [Elektronnij resurs]: Rezhim dostupu: <http://www.in.gov.ua/index.php>.
4. Jaremenko M.O. Upravlinnja potencialom torgovel'nih pidpriemstv / Marina Oleksandrivna Jaremenko Dis...kand. ekon. nauk spec. 08.00.04 – ekonomika ta upravlinnja pidpriemstvami (za vidami ekonomichnoi dijial'nosti). – Donec'k: Donec'kij nacional'nij universitet ekonomiki i torgivli imeni Mihajla Tugan-Baranovs'kogo, 2013. – 143 s.
5. Izhevs'kij V.V. Innovacijnij rozvitok rozdribnoi torgivli ta restorannogo gospodarstva: Dis. kand. ekon. nauk za spec. 08.00.04 – Ekonomika ta upravlinnja pidpriemstvami (za vidami ekonomichnoi dijial'nosti) / Izhevs'kij V.V.. – L'viv: L'vivs'ka komercijnijakademija, 2011. – 189 s.
6. Molodozhenja M.S. Upravlinnja rezul'tativnistju innovacijnoi dijial'nosti pidpriemstv torgivli: Dis. kand. ekon. nauk za spec. 08.00.04 – Ekonomika ta upravlinnja pidpriemstvami (za vidami ekonomichnoi dijial'nosti) / Marina Sergiïvna Molodozhenja. – Kiiivs'kij nacional'nij torgovel'no-ekonomichnij universitet, 2012. – 166 s.
7. Grigorash O.V. Upravlinnja ekonomichnim potencialom torgovel'nih pidpriemstv / Oksana Volodimirivna Grigorash: Dis...kand. ekon. nauk spec. 08.00.04 – ekonomika ta upravlinnja pidpriemstvami (za vidami ekonomichnoi dijial'nosti). – Donec'k: Donec'kij nacional'nij universitet ekonomiki i torgivli imeni Mihajla Tugan-Baranovs'kogo, 2013. – 133 s.
8. Kuz'menko O.K. Mehanizm upravlinnja potencialom rozvitku torgovel'nih pidpriemstv sistemi spozhivchoi kooperacii: Dis. kand. ekon. nauk za spec. 08.00.04 – Ekonomika ta upravlinnja pidpriemstvami (za vidami ekonomichnoi dijial'nosti) / Oleksandra Kostjantinivna Kuz'menko. – Poltava: Poltavsk'ij universitet ekonomiki i torgivli, 2011. – 290 s.
9. Duda S.T. Innovacijni pidhodi do formuvannja ta rozvitku ekonomichnogo potencialu torgovel'nih pidpriemstv spozhivchoi kooperacii Ukraïni / S.T. Duda, O.O. Il'chuk [Elektronnij resurs]: Rezhim dostupu: <http://ukrcoop-journal.com.ua/2009-2/num/Cduda.htm>
10. Karpenko Ju.V. Metodichnipidhodido ocinki potencialu torgovel'nih pidpriemstv / Ju.V. Karpenko // Ekonomika i region. – 2009. – № 1 (20). – S. 127 – 131.
11. Berezin O.V. Teorija i praktika zabezpechnnja efektivnogo vikoristannja potencialu torgovel'nih pidpriemstv: monografija / O. V. Berezin, Ju. V. Karpenko. – Poltava: InterGrafika, 2012. – 203 s.

Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2014. – №1 (28)

12. Gosudarstvennaja programma innovacionnogo razvitija Respubliki Belarus' na 2007-2010gg.// Ukaz Prezidenta RB № 136 ot 26.03.2007g.

13. Programma razvitija logisticheskoj sistemy Respubliki Belarus' na period do 2015g.// razrabotana gosudarstvennym nauchnym uchrezhdeniem "Institut jekonomiki Nacional'noj akademii nauk Belarusi"

14. Programma razvitija vnutrennej trgovli Respubliki Belarus' na 2006–2010g.g.// Postanovlenie Soveta Ministrov RB 27 ijulja 2006 g. № 941

15. Osnovnye pokazateli social'no-jekonomicheskogo razvitija Respubliki Belarus' za 2008 g. – Nacional'nyj statisticheskij komitet Respubliki Belarus'// [Jelektronnyj resurs]/20 fevralja 2008g. – rezhim dostupa: <http://www.belstat.gov.by>

16. Innovacionnye tehnologii v Belarusi: investicii, nauka, tehnika/ po materialam BELTA/17.10.2008g// [Jelektronnyj resurs] /1 fevralja 2008g. – rezhim dostupa: <http://google.by>

17. Zakon Ukrayiny` "Pro innovacijnu diyal'nist`" № 40-IV vid 04.07.2002 // Golos Ukrayiny`. – 2002. – 9 serpnja. – S. 10.

18. Ekonomika j organizaciya innovacijnoi diyal'nosti: navch. posib./A.I. Akmayev, B.T. Kliyanenko, O.P. Osy`ka ta in.– Lugans`k: IEPD NAN Ukrayiny`, SNU im. V. Dalya; Alchevs`k: DonDTU, 2008. – 341 s.

19. Shumpeter J.A. Teorija jekonomicheskogo razvitija / J.A. Shumpeter. – M.: "Jeksmo", 2007. – 864 s.

20. Ekonomichnij slovník-dovidnik / za red. S.V. Mochernogo. – K.: Femina, 1995. – 368 s.

21. Investicii i innovacii: slovar'-spravochnik ot A do Ja / pod red. M.Z. Bora, A.Ju. Denisova. – M.: "DIS", 1998. – 208 s.

22. Kolot A.M. Transformacija faktoriv social'no-ekonomichnogo rozvitku na etapi formuvannja ekonomiki znan' / A.M. Kolot // Visnik Donbas'koï derzhavnoi mashinobudivnoï akademii. – 2008. - № 2 (12). – S. 140 – 148.

23. Riggs X. Managing high technology companies Bemont. – N.Y., 1983. – 333 p.

24. Hippel V. U.S. high technology trade and competitiveness. Staf-freport // U.S. Department of Commerce, 1985. – 60 r.

25. Freeman C. The Economics of Industrial Innovation;/C.Freeman, L.Soete, London,1982. – 470 p.

26. Druker P.F. Upravleny`e, naceľennoe na rezul'taty / P.F. Druker; per. s angl. – M.: Progress, 1992 – 199 s.

Надійшла до редакції 27.02.14

**Ващенко Н.В., канд. экон. наук, доц.
Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского**

СУЩНОСТЬ ИННОВАЦИЙ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье доказана необходимость учета инновационной составляющей в торговых предприятиях, инновационного развития торговли при разработке государственных документов; раскрыт опыт Республики Беларусь по инновационному развитию торговли; раскрыта сущность понятия "инновация"; обоснованы сущностные характеристики инноваций на торговых предприятиях, само понятие "инновация торгового предприятия" и логика конструкции этого понятия.

Ключевые слова: инновации; интенсивное развитие; персонал; потенциал; торговое предприятие.

**N. Vashchenko, Ph. D., Associate Prof.
Donetsk National University of Economics Trade named
of Mykhaylo Tugan-Baranovsky**

THE ESSENCE OF THE INNOVATIONS OF A TRADE ENTERPRISE

Contradictions connected to neglect of necessity of developing of the branch of trade and trade enterprises on the innovative basis and to absence of realization by scientists of importance of introduction of innovations on enterprises of this branch are defined; necessity of accounting of innovative component on trade enterprises and accounting of innovative developing of trade while working out state documents is proved; the experience of Republic of Belarus in innovative developing of trade on the state level is disclosed; the essence of the concept "innovation" on the basis of selection of interpretations that make it possible to use this term in the field of circulation and on trade enterprises is disclosed; essential characteristics of innovations in the branch of trade and on the trade enterprises are substantiated; the concept "innovation of a trade enterprise" and logic of construction of this concept is substantiated.

Keywords: innovations, intensive development, personnel, potential, trade enterprise.