

І.О. ОРЛИК

аспірант Львівської комерційної академії

ЧИННИКИ АКТИВІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ В ІННОВАЦІЙНІЙ СФЕРІ

У статті проаналізовано стан інноваційної діяльності та узагальнено негативні аспекти розвитку інноваційної діяльності в торгівлі в Україні, а саме – інноваційну активність підприємств роздрібною торгівлі в Україні. Проведено оцінку інноваційно-інвестиційної діяльності та рівня інвестиційного забезпечення розвитку роздрібних торговельних підприємств. Проаналізовано особливості та чинники інвестиційної діяльності підприємств та запропоновано заходи керівникам підприємств, реалізація яких сприятиме збільшенню інвестиційного потенціалу підприємств, та активізації їхньої інвестиційної діяльності.

Ключові слова: інвестиційна діяльність, підприємства роздрібною торгівлі, інновації, торговельні підприємства, інвестиційний потенціал.

I.O.ORLYK

Lviv Academy of Commerce

FACTORS STIMULATE INVESTMENT RETAILERS IN UKRAINE IN INNOVATION

Abstract - This paper analyzes the innovation and generalized negative aspects of innovation in business in Ukraine - namely the innovative activity of retailers in Ukraine. Evaluation of innovation and investment and the investment provision of retail trade enterprises.

The features and factors of investment companies and business executives suggests measures whose implementation will increase the investment potential of companies and revitalizing their investment.

Given the above, we consider that the main areas to stimulate investment and innovation activity of domestic retailers should also include professional orientation activities and business of designing promising areas of investment resources investments in promising areas of innovation.

Keywords: investment, retail trade, innovation, enterprise, commercial, investment potential.

Постановка задачі. Основою розвитку підприємств, цілих галузей та економіки загалом є інвестиції. Від уміння інвестувати залежить розквіт чи занепад національного господарства, можливість вирішення соціальних й суспільних проблем, сучасний рівень і потенціал розвитку на всіх рівнях системної ієрархії. Не варто сподіватись на сталий розвиток вітчизняного виробництва, внутрішнього та споживчого ринку, науково-технічний і соціальний прогрес, а разом з ними і на належне місце у системі міжнародного поділу праці без достатніх обсягів інвестиційної діяльності.

Аналіз досліджень та публікацій. Трактуювання поняття та ролі інвестицій знайшло своє висвітлення в роботах таких вітчизняних та зарубіжних вчених, як В. Гриньова [1], В. Зянько [2], Н. Татаренко [3], В.Федоренко [4], В. Шевчук [5], І. Бланк [6], У. Шарп [7] та ін. Зокрема, у працях цих авторів розглядається питання визначення сутності інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств, її негативні аспекти та напрями їх подолання.

Виділення невирішених частин. Оскільки соціально-економічний розвиток України є нестабільним, його істотна залежність від глобальної фінансово-економічної стійкості актуалізує проблему передбачення та мінімізації негативного впливу економічних ризиків для підприємств та галузей економіки. Торгівля як посередницька ланка між сферами виробництва і споживання в умовах нестабільності найбільш гостро піддається ризикам втрати фінансових ресурсів, товарних запасів та інших матеріальних активів. Отже, стабільність господарської діяльності підприємств роздрібною торгівлі значною мірою визначається фінансово-інвестиційним забезпеченням.

Формулювання цілей. Метою статті є визначення та обґрунтування чинників інвестиційної діяльності підприємств роздрібною торгівлі в Україні в інноваційній сфері.

Виклад основного матеріалу. Дуже тісно пов'язані між собою інвестиції та інновації. Як правило, інноваційні проекти передбачають істотні обсяги фінансування, є тривалими (що значно збільшує терміни окупності), ризиковими, потребують юридичного та маркетингового підкріплення при впровадженні, часових витрат при оформленні результатів інтелектуальної власності тощо. Відповідно, кошти, які спрямовуються на їх реалізацію, мають інвестиційний характер. Узагалі, ми вважаємо, що здійснювати інвестиції підприємствам торгівлі потрібно виключно в інноваційні проекти. Це сприятиме їх вищій ефективності та потрібності за конкретних ринкових умов.

Втім, обсяги інвестицій в основний капітал у вітчизняній торгівлі ще не відіграють необхідної ролі. Так, у структурі інвестицій у 2011 р. на торгівлю, ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку припадало лише 7,2 % інвестицій. Тоді, як на промисловість – 36,2 %, операції з нерухомим майном, оренду, інжиніринг та надання послуг підприємцям – 17,7 %, діяльність транспорту та зв'язку – 16,5 %, сільське господарство – 7,6 %. Проте, позитивно, що попри спад інвестицій в основний капітал у торгівлі, ремонті автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку у 2010 р. (на 16,3 %), у 2011 р. відбувся їх істотний приріст (на 46,6 % до 2010 р. та на 22,6 % до 2009 р.).

Оскільки рівень інвестиційного потенціалу залежить від обсягів інвестиційної діяльності та її

результатів, а все ще невисокі обсяги інвестування у вітчизняну торгівлю потребують пошуку та залучення фінансових ресурсів з нових джерел, у тому числі внутрішніх. Загальною метою при цьому є визначення стратегічних орієнтирів розвитку інвестиційної діяльності в торгівлі.

Стосовно динаміки інвестицій в основний капітал за видами торгівлі в Україні в період 2007-2011 рр. можна зробити такі висновки. По-перше, найшвидші темпи посткризового відновлення спостерігаються у оптовій торгівлі та у посередництві в торгівлі (темпи зростання показника 2011 р. до 2010 р. становили 159,5 %). Дещо повільніше відновлюються обсяги інвестицій у торгівлі побутовими виробами та предметами особистого вжитку (128,2 %), втім приріст обсягів інвестицій за цим джерелом все ж був більшим, ніж у середньому по галузі (на 5,8 в. п.), що позитивно. Натомість, роздрібна торгівля залишається менш інвестиційно привабливою, адже темпи зростання інвестицій поступалися у 2011 р. середньому значенню по торгівлі на 11,5 в. п.

По-друге, спостерігається спад обсягів інвестицій в основний капітал у торгівлі автомобілями та сфері їх технічного обслуговування. У 2011 р. показник зменшився до 2010 р. на 2,7 %. При цьому спад не припиняється, починаючи з 2008 р. Це негативно та потребує покращення ситуації з активізації інвестиційної діяльності у цьому сегменті торгівлі. Оскільки інвестиції є важливим джерелом фінансування розвитку торговельних підприємств та торгівлі загалом необхідно вдосконалювати вітчизняну законодавчу базу для забезпечення внутрігалузового та міжгалузового співробітництва як стратегічного напрямку активізації фінансово-інвестиційної діяльності в галузі.

Звернімо увагу й на те, що у період 2007-2011 р. доволі суттєво змінилася й структура валових капітальних інвестицій у сфері торгівлі України. Якщо на початку аналізованого періоду в структурі інвестицій переважали інвестиції на будівництво (43,2 %); при цьому інвестиції на придбання (створення) нових основних засобів поступалися незначно (на 3,6 в. п.), займаючи 39,6 %. На кінець аналізованого періоду стали переважати інвестиції на придбання (створення) нових основних засобів – 49,2 %, у той час, як дещо зменшилися частки інвестицій у будівництво – до 39,0 % та інвестицій на придбання раніше існуючих основних засобів – до 7,9 %.

Це засвідчує посилення уваги керівників підприємств до модернізації матеріально-технічної та торгово-технологічної бази торгівлі. На нашу думку, це позитивна тенденція, адже вона пов'язана з інноваційними процесами на вітчизняних підприємствах роздрібною торгівлі, зокрема мережевої.

Свідченням ірраціональності інвестиційних процесів, що спостерігаються в роздрібній торгівлі України, є незначні обсяги інвестицій відносно обсягів діяльності підприємств. У 2011 р. торговельними підприємствами лише 1,6 % доходу спрямовувалося на інвестиційні цілі, чого, очевидно, недостатньо. Причому спадна тенденція цього показника характерна вже далеко не для останніх років. Вона розпочалася ще з 2008 р. та обумовлена, на нашу думку, сповільненням зростання обсягів інвестицій при поступовому збільшенні обсягів роздрібною товарообороту. Вважаємо, що це негативно, адже потрібно щоб зберігалася така послідовність подій: збільшення обсягів господарської діяльності → підвищення її фінансово-економічної ефективності → збільшення обсягів інвестицій → розширене відтворення.

Дещо вищою інвестиційною активністю характеризуються аналізовані підприємства з роздрібною продажу плитки керамічної та сантехніки у м. Львові. Так, рівень валових капітальних інвестицій цих суб'єктів господарювання у 2012 р. був вищим, ніж у середньому в торгівлі України. Цей показник становив від 1,7 % (на ПП «Термтех») до 7,8 % (на ПП «Леокераміка»), що перевищувало середньодержавне значення на 0,1 в. п. та на 6,2 в. п. відповідно.

Попри те, спостерігалось менше значення рівня валових капітальних інвестицій у вартості основних засобів підприємств. Якщо в середньому по галузі цей показник становив 23,9 %, то на аналізованих підприємствах – від 3,2 % до 13,1 %. Це негативний аспект, тим більше за досить високого рівня зносу основних засобів підприємств, який для ПП «Плиточка» становив 31,2 %, ПП «Термтех» – 27,3 %, ПП «Азов-Галичина» – 26,8 %.

З цих даних чітко простежується тенденція до відставання темпів зростання інвестицій підприємств до темпів зростання обсягів їх товарообороту. Зокрема, темпи приросту поступаються від 38 % до 56 %, що негативно. Керівникам підприємств доцільно працювати над реалізацією організаційно-економічних засобів, спрямованих на формування і ефективне використання внутрішніх фондів інвестиційного розвитку.

На це вказують й доволі високі частки залучених інвестицій. Так, на ПП «Термтех» рівень залучених інвестицій становив у 2012 р. 52,9 %, на ПП «Кераміка» – 43,2 %. Найнижчим був цей показник для ПП «Леокераміка» – 33,7 %, що, втім, теж було високим значенням.

До негативного віднесемо також те, що на разі мала частка інвестицій скеровується аналізованими підприємствами роздрібною торгівлі на інноваційні цілі. Виняток становило ПП «Азов-Галичина», де на такі заходи у 2012 р. було спрямовано 61,2 % інвестицій. На решти підприємствах цей показник був значно нижчим: на ПП «Кераміка» – 11,1 %, ПП «Плиточка» – 14,8 %, ПП «Леокераміка» – 21,05 %, ПП «Термтех» – 21,7 %.

Відтак, не спостерігається тісного зв'язку між інвестиціями та інноваціями підприємств роздрібною торгівлі з продажу керамічної плитки і сантехніки м. Львова, а інвестиції не виступають джерелом реалізації інноваційних проектів цих суб'єктів господарювання, що розцінюємо негативно.

Звернімо увагу, що до основних перешкод інвестиційної діяльності підприємств роздрібною торгівлі з продажу керамічної плитки та сантехніки відносяться недостатність або відсутність власних чи

прирівняних до власних фінансово-інвестиційних коштів підприємств (15,4 %), високий рівень транзакційних витрат та складність проходження процедур державного погодження інвестиційних проектів у сфері будівництва, впровадження нових технологій, виробництва нових товарів (13,5 %), складність доступу до зовнішніх джерел інвестицій, а саме – необхідність надання майна в іпотеку, висока вартість обслуговування процентів за кредитами, короткостроковість вітчизняного банківського кредитування, відсутність партнерів з інвестиційної діяльності, недостатність державних програм підтримки інвестицій та державно-приватного партнерства (13,1 %).

Звернімо особливу увагу на високий рівень транзакційних витрат аналізованих роздрібних торговельних підприємств, пов'язаних не лише з інвестиційною, але й з поточною господарською діяльністю. Так, за інформацією ПП «Львівпостачбуд», це високі транспортні витрати, які включаються в контрактну вартість товару, придбаного у постачальників в Україні та закордоном, імпортерів, та на які, своєю чергою, накладаються мито і ПДВ (у результаті роздрібна ціна може становити 45-65 % від закупівельної); накладні витрати при реалізації товару через салони-магазини, високу вартість складських послуг; витрати на сертифікацію товару, яка триває до двох тижнів та коштує підприємствам до 8 тис. грн за один контейнер продукції.

Потрібні підприємствам і інвестиції у систему просування товарів на ринок. Значна кількість учасників плиткового ринку (жоден з яких не в змозі монополювати диктувати вигідні для себе умови ні колегам у бізнесі, ні клієнтам) створює класичне конкурентне середовище. За таких умов зростає роль маркетингу, без якого легко втратити здобуті раніше позиції. Практика свідчить, що ті, хто закріпились на ринку і збираються залишитися там надовго, як правило, спрямовують на рекламу 10-15 % від товарообороту.

Значну суму коштів підприємствам потрібно виділяти й на стимулювання співпраці з будівельними організаціями, які використовують у своїй роботі не тільки плитку замовника, але й часто є безпосередніми оптовими покупцями. Для них передбачають середньо-оптові партії та систему нагромаджувальних знижок, обсяг яких може сягати 30 %. Саме тому ділова активність з продажу плитки керамічної вища у тих торговельних підприємств. Як налагодили співпрацю з будівельними фірмами, але це потребує додаткових інвестицій у розмірі 100-200 тис. дол. США та інколи ще з наданням гарантованого відсотку від продажу.

В сукупності лише ці 3 причини де мотивації до інвестиційної діяльності аж на 42,0 % визначають її труднощі. Саме тому вважаємо, що головними магістральними напрямками формування інвестиційних ресурсів підприємств роздрібною торгівлі мають стати спільні заходи суб'єктів господарювання, інституцій ринкової та фінансово-кредитної, інвестиційної інфраструктури і органів влади, спрямовані на акумулювання власних коштів, якісне зростання доступності зовнішніх джерел фінансування та спрощення і зниження рівня витратомісткості проходження дозвільних і погоджувальних процедур у органах державного контролю, пов'язаних з інвестиційною діяльністю.

Потрібно звернути увагу й на сукупність перешкод другого (середнього) рівня. Це низький рівень безпеки та інвестиційної привабливості вітчизняного і регіональних економічних комплексів (10,5 %), відсутність інноваційних розробок та перспектив для інноваційного розвитку (10,1 %), труднощі доступу до інформації, ринкової інфраструктури, земельних ділянок, приміщень та господарських ресурсів (8,9 %), висока вартість будівельних, консалтингових та інших послуг зовнішніх контрагентів (8,7 %). Як бачимо, рівень впливу цих перешкод майже удвічі нижчий, ніж для перешкод першого рівня. Але їх особливість у тому, що вони мають скоріше зовнішній по відношенню до підприємств характер, пов'язані з зовнішнім середовищем та ринковою інфраструктурою. Тобто зниженню рівня їх негативного впливу сприятиме загальна макроекономічна стабілізація в державі, розвиток вітчизняної економіки та її інфраструктури, покращення безпеки комерційної господарської діяльності, а також активізація інноваційної діяльності та поява надійних партнерів з розробки і впровадження інновацій, що спрямують підприємства торгівлі на перспективні джерела та напрями інноваційної активності.

Третій рівень перешкод інвестиційній діяльності аналізованих підприємств роздрібною торгівлі утворюють менш вагомні чинники. Передусім це відсутність перспективних напрямів розвитку бізнесу (7,3 %). Але, на нашу думку, ця перешкода більшою мірою обумовлена неусвідомленістю керівниками підприємств з перспективними напрямками вкладення коштів у інноваційні проекти, пов'язані не лише з вартісним та ризиковим будівництвом нових об'єктів роздрібною торговельною мережею, але з удосконаленням діючого торгово-технологічного процесу, його розширенням, впровадженням організаційних, юридичних та економічних інновацій, запровадженням нових практик співпраці з представниками виробничого сектору за для спільного створення нових товарів (послуг, технологій), формування та розвитку спільних торгових знаків, товарних марок.

Це припущення підтверджується тим, що керівники підприємств серед перешкод інвестиційної діяльності визначили й таку, як малий досвід і недостатній професійний рівень працівників управлінського апарату щодо реалізації інвестиційно-інноваційних проектів (6,8 %). Адже дійсно, якщо відсутній досвід, навички та знання, то керівники не спроможні відшукати, організувати та забезпечити вкладення власних чи залучених коштів (у т. ч. партнерів по бізнесу чи інвестиціям) у інвестиційно-інноваційні проекти.

Відтак, вони часто вбачають доцільність вкладення вільних фінансових ресурсів у інші альтернативні та більш рентабельні проекти (5,7 %). Часто вони стосуються кредитування інших економічних агентів (включно з діяльністю у тіньовому чи не облікованому секторах), розміщення коштів

на депозитних рахунках та отримання таким чином доходів від фінансової діяльності, придбання корпоративних і державних акцій, облігацій. Меншою мірою такі кошти спрямовуються у створення і розвиток нових напрямів підприємницької діяльності.

Висновки і перспективи подальших розвідок. З огляду на зазначене, вважаємо, що до головних напрямів стимулювання інвестиційно-інноваційної активності вітчизняних підприємств роздрібною торгівлю потрібно також віднести професійно орієнтаційну діяльність та бізнес-проекування перспективних напрямів вкладення інвестиційних ресурсів у перспективні напрями інноваційного розвитку.

Література

1. Гриньова В. М. Проблеми розвитку інвестиційної діяльності: монографія / В. М. Гриньова, В.О. Коюда, Т. І. Лепейко. – Х.:Інжек, 2004.– 464 с.
2. Зянько В. В. Інноваційне підприємництво : сутність, механізми і форми розвитку : моногр. / Віталій Володимирович Зянько. – Вінниця : Універсам-Вінниця, 2008.–397 с.
3. Татаренко Н. Теорії інвестицій: навчальний посібник / Н. О. Татаренко, А. М. Поручник. – К.: КНЕУ, 2000.–160 с.
4. Федоренко В. Іноземне інвестування економіки України: навчальний посібник / В. Г. Федоренко. – К.:МАУП, 2004.– 272 с.
5. Шевчук В. Основи інвестиційної діяльності / В. Я. Шевчук, П. С. Рогожин. – К.: Генеза, 1997.–.384 с.
6. Бланк І. Инвестиционный менеджмент / І. А. Бланк. – К.: СП «Итем ЛТД»: Юнайтед Лондон Трейд Лимитед, 1995.–448 с.
7. Шарп У. Инвестиции / У. Ф. Шарп, Г. Дж. Бейлі; перекл. з англ. – М.: Инфра-М, 1997.–1024 с.
8. Інтернет-ресурс ПП «Львівпостачбуд» : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.postach.com.Ua/information/news&news_id=17

References

1. Hrynyova V. M., Koyuda V. A., Lepeyko T. I. Problemy rozvytku investytsiynoi diyal'nosti, Harkiv.: INJEC, 2004.
2. Zan'ko V. V. Innovatsiynne pidpryemnytstvo: sytnist', mehanizmy I formy rozvytku, Vinnytsia: Universum, 2008.
3. Tatarenko N. O., Poruchnyck A. M. Teoriyi investuciy, Kyiv: KNEU, 2000.
4. Fedorenko V. H. Inozemne investuvannia ekonomiky Ukrainy, Kyiv: MAUP, 2004.
5. Shevchuk V. YA., Rohozhyn P. S. Osnovy investytsiynoi diyal'nosti, Kyiv: Heneza, 1997.
6. Blank I. A. Investicionnyy menedgment, Kyiv: SP "Item LTD": United London Treid Limited, 1995.
7. Sharp U. F., Beili H. J. Investitsiyi, Moskva: Infra-M, 1997.
8. Internet-resurs PP "Lvivpostachbud" : [Elektronnyi resurs]. – Regym dostupu: http://www.postach.com.Ua/information/news&news_id=17

Рецензія/Peer review : 25.4.2014 р.

Надрукована/Printed :11.6.2014 р.

Рецензент: д.е.н., доц., проф. кафедри економіки підприємства
Львівської комерційної академії Васильців Т. Г.