

10. ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТОРГІВЛІ

УДК 339.162

Анопій Г. В.

ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

Анотація. Розглянуто сутність і стан інноваційного розвитку торгівлі, обґрунтована структурна модель такого розвитку, сформульовано ключові проблеми і шляхи їх вирішення.

Ключові слова: інноваційний розвиток, сфера торгівлі, інноваційні ресурси, інноваційний потенціал, інноваційна діяльність, проблеми інноваційного розвитку.

Аропій Н.

PROBLEMS OF INNOVATIVE DEVELOPMENTS IN THE DOMESTIC TRADE

Summary. Essence and innovative development of trade status are considered, the structural model of such development is reasonable, key problems and ways of their decision are set forth.

Keywords: innovative development, trade sphere, innovative resources, innovative potential, innovative activity, problems of innovative development.

1. Вступ

Сучасний етап розвитку внутрішньої торгівлі України характеризується стійкими тенденціями розширення масштабів, глибокої реструктуризації і широкої глобалізації товарних ринків. Так, валовий товарооборот внутрішньої торгівлі досяг близько 1,8 трлн. грн. в рік. В цій сфері реалізуються 80-85% доходів населення і формується 15-17% ВВП. У внутрішній торгівлі зосереджено не менше 24% активів національного господарства і стільки ж трудових ресурсів. Прогресує тенденція глобалізації внутрішнього споживчого ринку: товарний імпорт в секторі непродтоварів перевищує 70%, в продовольчих ресурсах – 30-35%.

Всі ці процеси вимагають наукового осмислення і обґрунтування нових, конкурентоспроможних моделей розвитку внутрішньої торгівлі на базі широких інновацій.

Різноманітні напрями інноваційного розвитку, головним чином, у теоретико-методологічному аспекті досліджено у працях дослідників макроекономіки: Бажала Ю., Гальчинського А., Геєця В., Гринько Т., Жураковської М., Краснокутської Н., Павленко І., Федулової Л. Інноваційні аспекти в сфері торгівлі мало досліджені і опубліковані у вузькому колі робіт – Азарян О., Бланка І., Гросул В., Лігоненко Л., Скрипка Т., Хом'яка Ю.

При такій вузькій науково-методичній базі спроби вивести вітчизняну внутрішню торгівлю на траєкторію інноваційного розвитку лише за рахунок фрагментарних реформ і лібералізації не увін-

чаються успіхом. Недоліки і деформації залишаються, а рівень інноваційності не зростає.

Інноваційний розвиток торгівлі – процес складний і багатограний. Масштаби і темпи його впровадження органічно пов'язані із проблемами техніко-технологічного, організаційно-правового і соціально-економічного характеру і вимагає суттєвих інвестицій. Тому ключове завдання полягає у тому, щоб сформулювати і систематизувати існуючі проблеми, глибоко проаналізувати їх теоретико-методичні і прикладні аспекти та обґрунтувати шляхи вирішення, а також очікувані результати.

2. Інноваційні процеси у роздрібній торгівлі

За своєю суттю інноваційний розвиток являє собою якісне оновлення апарату виробництва шляхом впровадження сучасного обладнання, прогресивних технологій, процесів, нових матеріалів з метою підвищення рівня якості, ефективності і конкурентності. Таке трактування відображає технологічний аспект інноваційного розвитку, який домінує у науковій літературі і є характерним для продуктивних інновацій.

Для сфер, де переважають процесові інновації, зазначене визначення малопринятне, тому доцільно орієнтуватися на більш універсальну суттєву характеристику у третій редакції Керівництва Осло, де розмежовані технологічні і нетехнологічні суб'єкти. Останні у значній мірі включають організаційні і маркетингові інновації.

Таким чином, інноваційний розвиток торгівлі слід розглядати як динамічний процес, заснований на прогресивних торговельних технологіях, ефективних організаційно-управлінських, маркетингових рішеннях та економічних механізмах при високій інтелектуалізації праці. Такий підхід дає можливість обстежити інновації у внутрішній торгівлі за європейською методологією CIS.

Така методологія передбачає всебічний аналіз стану інноваційного розвитку, розподіл підприємств за типами і видами інноваційної діяльності, структури витрат, джерел інвестицій, виявлення проблем і загроз розвитку інноваційної діяльності.

Загальний стан інноваційної активності в сфері вітчизняної торгівлі можна оцінити як такий, що суттєво відстає від можливостей інноваційного потенціалу і вимог стратегії інноваційного розвитку національної економіки, причому відставання спостерігається за всіма типами і видами інвестицій.

За даними офіційної статистики в економіці України нараховується 18-20% інноваційно активних підприємств. Частка таких підприємств у сфері торгівлі не перевищує 2,5-3%.

У розрізі окремих видів інновацій ситуація досить проблематична. Технологічні інновації найбільш помітні в оптовій торгівлі. У роздрібній торгівлі інновації впроваджені у 42 підприємствах. Станом на 2012 рік в торгівлі нараховується лише 120 передових технологій, причому 55% з них – із терміном впровадження до 3 років.

Найбільш розповсюдженою у сфері торгівлі є організаційні, маркетингові та сервісні інновації, які переважно впроваджуються в роздрібній торгівлі:

- концентрація роздрібною торгівлі і формування мереж крупноформатних підприємств (супермаркетів, гіпермаркетів, торговельних центрів);
- створення інтегрованих систем торгівлі, у тому числі оптово-роздрібних, торгово-виробничих, торгово-сервісних, а також територіальних кластерів за участю торгівлі;
- розвиток віртуальної електронної торгівлі;
- маркетингові заходи активізації і стимулювання торгівлі, розвитку партнерства, мерчандайзингу, франчайзингу;
- впровадження нових економічних і соціальних механізмів в сфері торгівлі.

Зазначені процесові інновації тільки “стартують”, але вже на початковій стадії інноваційний розвиток супроводжується складними проблемами і труднощами. Розглянемо найбільш масштабні проблеми.

Слід зазначити, що сучасними теоріями і науковою практикою не обґрунтовано фундаментальні методологічні підходи до організації інноваційного розвитку торгівлі. Тому виникає багато проблем наукового характеру.

3. Проблеми використання інноваційних рішень

Ключовою науково-теоретичною проблемою інноваційного розвитку сфери внутрішньої торгівлі є відсутність концептуальної інноваційної моделі торгівлі. Така модель, на наш погляд, представляє собою комплексну структуру і системну характеристику складових інноваційних ресурсів, організаційно-економічного та інституціонального забезпечення інноваційного розвитку (рис.1).

Для торговельної сфери типи і види інновацій різноманітні, оскільки оптова торгівля вимагає переважно технологічні інновації, а роздрібна – процесові. В той же час для обох секторів характерні організаційно-управлінські та маркетингові інновації. Отже, інноваційні ресурси для внутрішньої торгівлі охоплюють широкий діапазон інновацій.

Інноваційний розвиток торгівля пов'язаний також з організаційно-економічним та інституціональним забезпеченням. Саме система забезпечення є найбільш проблематичним елементом в організації і управлінні інноваційним розвитком торгівлі.

Наступна проблема інноваційного розвитку торгівлі – це недооцінка інновацій з боку держави і бізнесу. Інновації не визнано об'єктивною необхідністю, органічною складовою стратегій і програм розвитку як на загальнонаціональному, так і регіональному та локальному рівнях.

Державна інноваційна політика в Україні мало-ефективна, механізми стимулювання інноваційного розвитку не працюють, законодавча база слабо націлює бізнес на інноваційну активність. Більше того, у Господарському кодексі України сутнісна характеристика підприємництва не містить класичну основоположну компоненту – інноваційний характер бізнесу.

Стратегії більшості підприємств торгівлі лише формально виділяють інноваційну діяльність як пріоритет. На практиці вони намагаються досягти конкурентної переваги за рахунок економії ресурсів, зниження цін, ілєгалізації тощо. Тому інноваційно активних підприємств в цій сфері неприпустимо мало.

Таким чином, гостро стоїть завдання активізації державної інноваційної політики, розробки відповідної стратегії інноваційного розвитку торгівлі, формування дійових механізмів стимулювання впровадження інновацій.

Гострою і невирішеною залишається проблема фінансування інноваційного розвитку. Дані різних моніторингових компаній показують, що першопричиною низького рівня інноваційної діяльності суб'єктів ринку є відсутність фінансових ресурсів як внутрішніх, так і зовнішніх при високій вартості інноваційних ресурсів та процесів впровадження інновацій.

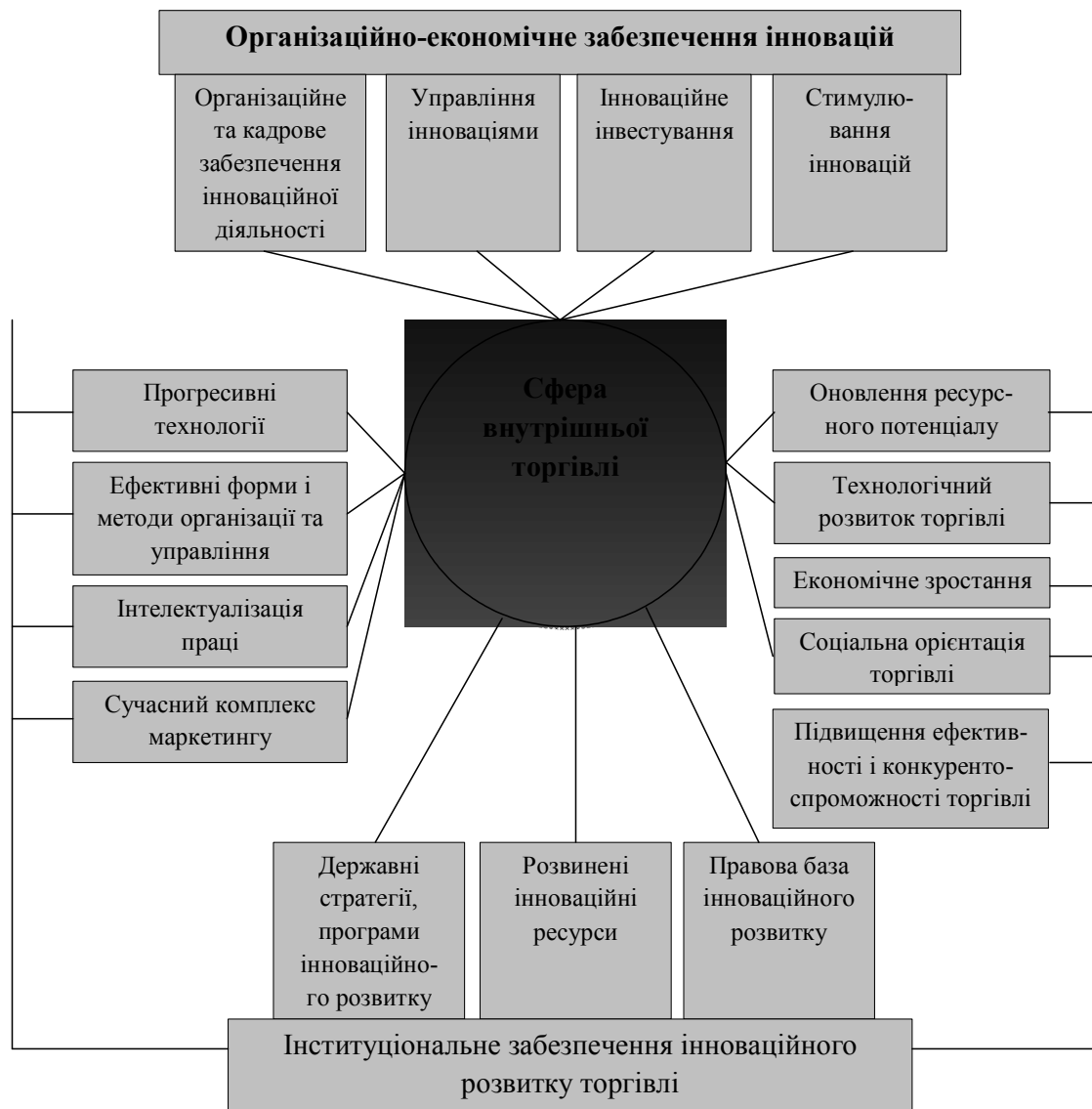


Рис. 1. Структурна модель інноваційного розвитку сфери торгівлі

У структурі витрат на інноваційну діяльність 2/3 – це власні кошти підприємства. Зовнішнє інноваційне інвестування не перевищує 20-25%, при цьому переважають інвестори іноземних держав. Такі джерела, як держбюджет, місцеві бюджети фактично відсутні.

На брак коштів вказує також структура інноваційних ресурсів у торговельних підприємствах та величина нематеріальних активів.

Проблема інноваційного інвестування може бути вирішена за рахунок:

- створення інноваційних неоподаткованих фондів;
- кредитних пільг на інноваційні цілі;
- включення витрат інноваційного характеру, у тому числі НДР до собівартості;
- широкого розвитку партнерства та інтернаціоналізації інноваційних проектів у сфері внутрішньої торгівлі.

Ще одна проблема, яка стримує інноваційний розвиток торгівлі – кадрова. В сфері торгівлі зайнято 4,8 млн. осіб або 25% трудових ресурсів краї-

ни. Проте, професійна кваліфікація працівників різноякісна. Лише 10-12% мають спеціальну освіту, тобто закінчили навчальні заклади торговельно-економічного профілю.

Значна частка працюючих навчалася за старими програмами, тому малообізнані в питаннях інноваційної діяльності. Зауважимо, що сучасні навчальні програми також не містять такі курси, як “Інноватика”, “Інноваційна діяльність”. Правда, нінішні випускники ВНЗ, особливо магістри, володіють у більш широких обсягах знаннями з комп’ютерних технологій, електронних комунікацій, інтелектуальної власності.

Ситуація ускладнюється тим, що перепідготовка, перекваліфікація кадрів відбувається дуже повільно. Тільки 0,7-1,5% штатних працівників щорічно проходить відповідну перекваліфікацію та підвищення кваліфікації. За таких темпів якісне оновлення кадрового складу можливе лише протягом 75-100 років.

В цілому можна констатувати, що інноваційні аспекти діяльності торговельних підприємств неза-

довільно забезпечено кадрами, відсутні відповідні підрозділи інноваційної діяльності у системі організації та управління торгівлею. З цих причин лише в крупноформатних підприємствах торгівлі (із зарубіжним капіталом) в останні роки активізувалася інноваційна діяльність.

Інші проблеми інноваційного розвитку сфери торгівлі пов'язані із покращенням якості інноваційних ресурсів, забезпеченням доступності до них, зниженням вартості продуктів інтелектуальної власності, наданням пільгових кредитів, активізацією державної інноваційної політики.

4. Висновки

Незважаючи на наявний потужний інноваційний потенціал в Україні, інноваційний розвиток сфери внутрішньої торгівлі відбувається повільно і фрагментарно. У стратегіях торговельних організацій інновації лише теоретично розглядаються як пріоритетний напрям. На практиці кількість інноваційно-активних підприємств не перевищує 2,5-3%.

До найбільш актуальних проблем інноваційного розвитку торгівлі слід віднести: малорозробле-

ність теоретичних положень і невизначеність методологічних підходів, малоефективну державну інноваційну політику, труднощі інноваційного інвестування, інноваційну бездіяльність більшості підприємств. Вирішення зазначених проблем дозволить суттєво прискорити інноваційний розвиток.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Апопій В. В. Сутність і типологія інновацій в торгівлі / Апопій В. В., Хом'як Ю. М. // Торговля, комерція, підприємництво. – Зб. наук. праць. – Вип. 12. – 2011.

2. Голиченко О. Г. Основные факторы развития национальной инновационной системы. Научное издание / О. Г. Голиченко. – М.: Наука, 2011. – 634 с.

3. Крафт М. Роздрібна торгівля у XXI столітті / Крафт М. Мантрала; [пер. з англ. Л. Савицької]. – К.: Вид-во Агенція Стандарт. – 2008. – 462 с.

4. Скрипко Т. О. Інвестиційно-інноваційна активність малого і середнього підприємств як чинник економічної безпеки держави : монографія / Т. О. Скрипко. – Львів: Ліга-Прес, 2013. – 384 с.