

РОЗДІЛ 12. РЕЦЕНЗУВАННЯ

Шимановська-Діанич Л.М.

д.е.н., професор,

завідувач кафедри менеджменту

Полтавський університет економіки і торгівлі

РЕЦЕНЗІЯ

на монографію

«ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТОРГІВЛІ:
СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРАКТИКА В УКРАЇНІ»¹СУЧАСНИЙ СТАН ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ
СФЕРИ ТОРГІВЛІ

Сьогодні під впливом глобалізаційних процесів і зростання конкурентного тиску активно розвиваються інтеграційні процеси у світовій торгівлі. Інтеграція справедливо вважається однією з форм вирішення проблем у співпраці виробників і підприємств роздрібною торгівлі.

Сучасний етап розвитку торгівлі в Україні характеризується тим, що в цій галузі господарської діяльності істотно зросла конкуренція. При цьому в конкурентній боротьбі на ринку вітчизняної торгівлі спостерігається наступ закордонних учасників. Найслабшою ланкою організаційно-економічного механізму управління торгівлею є реалізація інновацій. Зокрема, мають потребу в удосконалюванні методична база й механізм активізації інноваційної діяльності, які мають сприяти стійкому розвитку як сфери загалом, так і окремих торговельних підприємств.

Монографія «Інноваційний розвиток підприємств сфери торгівлі: світові тенденції та практика в Україні» є надзвичайно актуальним дослідженням сьогодення. Авторами обґрунтовано теоретичні положення і розроблено практичні рекомендації щодо формування та реалізації інноваційного механізму та удосконалювання організаційно-економічного механізму управління інноваційним розвитком підприємств сфери торгівлі з урахуванням виявлених особливостей сфери торгівлі в економічних відносинах на етапі посилення мережевої економіки та формування інформаційного суспільства. Уважне ознайомлення з текстом монографії дозволяє зробити висновок про те, що авторам вдалося досягти цієї мети.

Монографія включає сім розділів, які композиційно й логічно узгоджені й відображають

результати системного дослідження у напрямі визначення інноваційного механізму та розробки заходів удосконалювання організаційно-економічного механізму управління інноваційним розвитком підприємств сфери торгівлі.

Запропонована в монографії концепція інноваційного розвитку торговельного підприємства, що передбачає подання інноваційного розвитку як процесу позитивних якісних змін в інноваційному стані підприємства з позицій динамічного підходу до інноваційної діяльності, є новітнім підходом і заслуговує особливої уваги як з боку теоретиків, так і практиків. Зазначене дозволяє не лише виокремити класичні етапи інноваційного процесу: формування новації; перетворення новації у нововведення; комерціалізація нововведення й перетворення його в інновацію, але й розглядати торговельне підприємство як сервісно-операційно-технологічну систему, що становить собою сукупність елементів і процесів, взаємозалежних і взаємодіючих між собою за допомогою встановлення певних зв'язків (керуюча система й об'єкт керування). З цих позицій розробки авторів, представлені в монографії, є вкрай актуальними.

Заслуговують на увагу здійснені авторами узагальнення теоретико-методологічних і науково-практичних підходів, які свідчать, що інноваційна діяльність має сприйматися як інструмент підвищення ефективності функціонування торговельного підприємства з врахуванням особливостей сфери його діяльності.

Практичне значення мають виявлені характерні тенденції стану інноваційного розвитку підприємств сфери торгівлі України та визначені

¹ Інноваційний розвиток підприємств сфери торгівлі: світові тенденції та практика в Україні : колективна монографія / [Давимука С. А., Федулова Л. І., Попадинець Н. М. та ін.] ; за заг. ред. д.е.н., проф. С. А. Давимуки ; ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України». – Львів, 2016. – 432 с.

особливості їх інноваційної стратегії та політики, розкрита сутність інноваційного механізму розвитку торговельних підприємств і запропоновані шляхи його реалізації, запропонований методичний інструментарій щодо оцінки ефективності та результативності системи управління, розроблені пропозиції щодо вдосконалення процесу управління інноваційним розвитком підприємств сфери торгівлі на макро- та мікрорівнях.

Розроблені в монографії концептуальні підходи та практичні методи й технології управління будуть сприяти, по-перше, формуванню системної бази знань у царині науково обґрунтованого уявлення про категорію «інноваційний розвиток торговельного підприємства», по-друге, підвищенню ефективності управління інноваційним розвитком підприємств на основі подолання фрагментарності наявних у цій сфері досліджень

і перетворення їх у єдину систему, що дозволить приймати обґрунтовані управлінські рішення на практиці.

Монографія має наукову й практичну цінність. Основні теоретичні положення й висновки, розроблені й обґрунтовані в ній, можуть бути використані у процесах удосконалювання механізму регулювання розвитку сфери торгівлі як на державному рівні, так і на рівні регіону: при прогнозуванні й розробці регіональних програм, державних цільових програм, при визначенні пріоритетних напрямів розвитку сфери послуг в Україні. Науково-практичні рекомендації, визначені в роботі, можуть застосовуватися при розробці кластерних концепцій, формуванні інноваційних хабів, у яких сфера торгівлі має посідати важливе місце як повноправного економічного агента в системі інституційних взаємовідносин.