

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ НА ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Бондаренко В.В., Круглов В.В.

Харківський торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

Метою статті є дослідження основних особливостей формування інноваційної стратегії на торговельному підприємстві. У статті проаналізовано сутність поняття «інновація» та «інноваційна стратегія». Обґрунтована актуальність невизначеності чинників зовнішнього середовища і динамічності ринкових умов обумовленого сьогоденним використанням стратегічного, перспективного управління підприємством, що збагачує його сталий розвиток. Запропоновано визначення поняття інновації; окреслення меж та принципів інноваційної стратегії, як економічного інструменту; визначення загальних засад формування інноваційної стратегії на підприємствах України у сучасних умовах господарювання; характеристика етапів та принципів формування інноваційної стратегії на торговельному підприємстві; узагальнення підходів до формування інноваційної стратегії торговельного підприємства на нинішньому етапі формування ринкової економіки. Визначено, що правильний відбір стратегії дає змогу збільшити внутрішні можливості інноваційної діяльності, розкриває приховані запаси процесу зростання підприємства з цілю підвищення ефективності та комерційної діяльності. Розмежовано поняття «зовнішня» і «внутрішня» інноваційна політика, як ланки в загальній інноваційній діяльності підприємства.

Ключові слова: стратегія, торгівля, інновація, інноваційна стратегія, управління, процес, розвиток.

Вступ. Сучасний етап розвитку сфери торгівлі в Україні визначається посиленням конкуренції, що в свою чергу накладає на суб'єктів додаткові вимоги щодо формування нових конкурентних переваг. Таким чином, торговельна сфера перетворюється на систему, де виникають нові зв'язки, відбувається формування креативних ідей та обмін ними, що характеризує зазначену сферу як одну з найбільш інноваційно-сприйнятливих і інноваційно-активних.

Економічний перехід України на новітню ступінь розвитку зумовлює динамічність економічного зростання і підвищення рівню конкурентоспроможності підприємств як всередині галузей так і в світовому господарстві. Інновації стають головним чинником економічного зростання в сучасній економіці. Завдяки інноваціям в економічній сфері відбувається перехід до раціональнішого використання ресурсів. Ефективність інновацій дозволяє підприємствам вагомо зміцнити своє конкурентне становище на ринку завдяки якості продукції, що пропонується, і послуг, які надаються, підвищити рівень технічного і технологічного розвитку, а також збільшити інтелектуальний капітал підприємства.

Ринкові умови стимулюють підприємства до розробки і втілення такої інноваційної стратегії, яка мала б здатність до передбачення впровадження кардинальних нововведень, внесення необхідних корективів в процес функціонування підприємства, захисту його довгострокового прибутку і зміцнення конкурентоспроможності.

Подальше збільшення конкурентної боротьби, нестійкість до зовнішніх факторів оточення, недосконалість нормативно-правової бази, звужена спеціалізація менеджерів в ринкових умовах, постійне порушення договірних зобов'язань, уповільнення темпів зростання інноваційної діяльності ставлять перед підприємствами завдання динамічного управління змінами на основі процедури їх передбачення, упорядкування, пристосування. Невизначеність чинників зовнішнього середовища і активних ринкових умов викликають

сьогодні необхідність використання стратегічного, перспективного управління підприємством, забезпечують його сталий розвиток.

Постановка завдання. Метою роботи є комплексне дослідження особливостей формування інноваційної стратегії на торговельному підприємстві, що зумовлює визначення загальних засад формування інноваційної стратегії на підприємствах України у сучасних умовах господарювання та узагальнення підходів до формування інноваційної стратегії торговельного підприємства на нинішньому етапі ринкової економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Торгівля – це одна з найважливіших сфер життєзабезпечення населення, системоутворююча ланка як вже сформованих, так і реалізованих господарських зв'язків [6, с. 69]. Отже, існує необхідність приділяти сталому розвитку торгівлі гідну увагу, особливо з точки зору підходів до формування інноваційної стратегії.

Для стабільного виконання своєї соціально-економічної задачі підприємства торгового напрямку повинні стійко зростати на інноваційній основі, а, отже, вводити кращі зразки техніки, технології і формування торговельної діяльності, що дало б їм можливість розвивати і втілювати відповідну стратегію.

Зарубіжна та вітчизняна практика довела, що в теперішній час основними чинниками розвитку є сучасна техніка, системні технології нового типу, нова організація праці і виробництва, новітня мотиваційна система.

Інновація – це реалізація нововведення в якій-небудь сфері соціального розвитку з метою створення нової якості, яка сприймається споживачем, отримання суперницької переваги її виробником, забезпечення позитивних техніко-економічних, соціальних, екологічних ефектів і стимулювання безперервного науково-технічного прогресу [8, с. 112].

Під стратегією інноваційної діяльності розуміють регулювання торговим підприємством, яке на базі оцінки стану внутрішнього і зовніш-

ного середовища розкриває і реалізує свій інноваційний потенціал, досягаючи стійкого розвитку в короткостроковому і довгостроковому періодах [2, с. 156].

Зміст інноваційного чинника економічного зростання можна систематизувати з виділенням особистісного, матеріально-технічного, інформаційного елементів. Особистісна складова являє собою підвищення якості робочої сили, а саме, кваліфікації персоналу, підвищення рівня культури; поліпшення стану здоров'я працівників; застосування більш досконалих технологій управління персоналом, спрямованих на розкриття їх творчого потенціалу. Матеріально-технічна складова включає в себе – підвищення якості основного капіталу, використаних матеріалів; вдосконалення технології організації збуту тощо. Інформаційну складову можна розглянути як створення «електронної системи», що пронизує торговельні процеси, бізнес-процеси.

Нова якість економічного підвищення розглядається щонайменше за трьома критеріями:

- посиленням зростанням, що супроводжується збільшенням ефективності торгового процесу за рахунок нововведень;
- особливою схемою приросту продукту, що складається з нових товарів, які зумовлюють потребу людини;
- встановленням меж, за якими подальше залучення інновацій на даному ступеню в торгівлі стає збитковим [9, с. 72].

Виходячи з важливості економічного прогресу, процес інноваційних змін постійно повторюється при виникненні технологічних, продуктових регулювань інновацій і має попереджувальний характер. Концепція економічного зростання передбачає охоплення узгодженої за часом і збалансованої за ресурсами взаємодії нововведених циклів з економічними змінами. Кожен момент економічного прогресу має свої межі за величиною активів, капіталу, кількістю працюючих, а також матеріального, технологічного та інформаційного потенціалу.

Інноваційна активність підприємства визначається достатньою широтою і різноманітністю об'єктів, які супроводжують формування нових комбінацій причин розвитку, що виходять за межі традиційного поновлення процесу торгівлі і взаємопов'язані з трансформацією товару, ринку, людського потенціалу.

Регулювання інноваційної роботи підприємства визначається високим ризиком, а також малостійкістю і нестабільністю елементів системи управління. Крім того, впровадження інновацій завжди супроводжується посиленням опору [1, с. 202].

Управління нововведеннями нерідко мотивується позаекономічними поштовхами: особливо коли інноваційні проекти мають репутаційну та соціальну спрямованість.

Найчастіше новаційна діяльність трактується як традиційне керівництво, а головна проблема інноваційної діяльності – це комерціалізація і освоєння нововведень, а саме при регулюванні інноваціями відбувається збільшення охоплених фаз життєвого циклу товарів і технологій з моменту їх появи до стадій росту і початку зрілості. Інноваційний розвиток виявляє себе цілеспрямо-

ваним та незворотнім внаслідок циклічного переходу на якісно нову сходинку.

Правильний відбір стратегії дає змогу збільшити внутрішні можливості інноваційної діяльності, розкрити прихований потенціал процесу росту підприємства з цілю підвищення ефективності комерційної діяльності. (некоректне та не логічне речення). Здатність до реалізації стратегії розвитку і практичного використання інновацій стає головною умовою досягнення якісного науково-технічного прогресу, економічного прибутку, а також високої конкурентоспроможності підприємства.

Стратегію інноваційного росту підприємства можна визначити як систематизовану з управлінських, організаційних та інноваційних рішень, спрямованих на втілення поставлених перед ним завдань, що зумовлюють формування та унормування певних заходів, які дадуть можливість торговельному підприємству у майбутньому покращити становище на ринку завдяки вирішенню певного кола стратегічних завдань [7, с. 119].

Таким чином, стратегія інноваційного розвитку являє собою певну комбінацію дій, які узагальнено та систематизовано й спрямовано на те, щоб підприємство мало змогу досягти поставлених цілей із використанням певних критеріїв діяльності.

Розробка стратегії інноваційного формування складається з наступних етапів:

- моделювання ситуації (виявлення проблеми);
- виявлення потрібних змін (формулювання мети);
- застосування різних способів впливу (впровадження і реалізації стратегії);
- внесення корективів в стратегію (регулювання змінами).

Ідеальним є той факт, коли встановлені керівником цілі включають як короткі, так і довгострокові завдання інноваційного розвитку. Короткострокові цілі формулюють точні удосконалення і результати, які підприємство має намір отримати в найближчий термін. Довгострокові цілі демонструють, що потрібно робити зараз, щоб підприємство зайняло такий стан, який дозволить йому якісно працювати протягом довгого часу [5, с. 34].

Стратегія інноваційного розвитку спрямована на отримання результату по двох напрямках діяльності підприємства: інноваційного та фінансового.

Реалізація стратегії інноваційного процесу вимагає найбільших витрат часу. Дії, необхідні для її реалізації, передбачені за цими результатами, потребують ресурсів, необхідних для забезпечення ефективного інноваційного розширення.

Необхідність вводити корективи в стратегію інноваційного розвитку (управління змінами) викликано тим, що зовнішнє середовище, в якому функціонує підприємство, постійно змінюється під впливом різних чинників, серед яких можна визначити і важливі відкриття в області технології, і успішне висунення конкурентом на ринок нового товару, і нову державну політику, і розширення інтересів покупців у тій чи іншій сфері [10, с. 110].

Тому, неможливо передбачити всі стратегічні дії наперед і слідувати за наміченим планом, так

як поява нових умов викликає необхідність проведення коректуючих дій. Отже, можна зробити висновок, що стратегію підприємства можна трактувати як комбінацію з намічених цілеспрямованих дій і позапланових швидких рішень, тобто вплив на непередбачений розвиток подій.

При розробці стратегії інноваційного становлення підприємства з урахуванням нинішніх вимог необхідно також враховувати норми інноваційного розвитку підприємства, серед яких можна виділити наступні:

- глобалізацію просування грошових коштів, а також продуктів;
- управління інноваційним розвитком підприємства з урахуванням інерційності і тривалості інноваційного процесу;
- гармонізацію інноваційних складових, яка надає рівність розвитку структурних складових підприємства;
- централізацію інформаційного забезпечення концепції управління інноваційним розвитком;
- зрівноваженість економічного розвитку;
- здатність новаційного потенціалу підприємства до прискорених внутрішніх процесів (збутових, маркетингових, управлінських, економічних).

Стратегія інноваційного розвитку підприємства повинна в певній мірі відповідати перерахованим принципам. У зв'язку з цим, підприємство концентрує свої зусилля на підвищенні якості та точності управлінських, маркетингових та інших процесів, щоб гарантувати певний рівень якості обслуговування покупців [4, с. 67].

Інноваційна політика підприємства знаходиться безпосередньо у взаємодії з виробничою, торговою, маркетинговою, інвестиційною політикою. Успішне здійснення інноваційного поступу можливо тільки якщо застосовувати комплексний підхід до поставлених цілей і створення оптимальної організаційної структури, що забезпечує інноваційний процес.

Інноваційна політика підприємства реалізується інноваційною стратегією, а, отже, інноваційну стратегію можна розкрити, як систему цілей довгострокового розвитку підприємства і заходів по їх досягненню на основі інновацій.

Інноваційна стратегія спрямована на розвиток і використання потенціалу організації торгівлі і розглядається як реакція на зміну зовнішнього середовища, яке включає в себе безліч компонентів, що і пояснюється різноманіттям інноваційних стратегій.

Найбільш доцільно класифікувати інноваційні стратегії торговельного підприємства наступним чином:

- активні (технологічні);
- пасивні (маркетингові) [3, с. 115].

Активні стратегії інноваційної діяльності являють собою певну реакцію на зміни зовнішнього середовища діяльності підприємства через можливість проведення постійних технологічних інновацій. Обравши активну стратегію, підприємство вибирає в якості головного чинника успіху використання нової технологічної ідеї. При цьому, різновидами активних інноваційних стратегій є стратегії лідерства та імітації.

Якщо певна технологія, втілена в новому продукті або послугі, є абсолютно новою для ринку, то реалізована стратегія є лідерською. Пасивні ж ін-

новаційні стратегії науковці пов'язують із зосередженням уваги підприємства на стабільних інноваціях у сфері маркетингу та модифікуванні товару.

Механізм формування інноваційної стратегії торгового підприємства, включає в себе:

1. Аналіз зовнішнього середовища. Причому слід враховувати стримуючі фактори у вигляді відсутності ефективної державної інноваційної політики, недостатню розвиненість галузевої науки та інноваційної інфраструктури, недосконалість нормативно-правової бази щодо захисту інтелектуальної власності.

2. Аналіз внутрішнього середовища і оцінка інноваційного потенціалу торговельного підприємства, як можливості створювати і використовувати інновації з урахуванням ресурсного забезпечення діяльності підприємства.

3. Визначення цілей і завдань з урахуванням введених інновацій.

4. Механізм реалізації і контролю інноваційної стратегії, з урахуванням особливостей діяльності.

При виконанні останніх складових механізму становлення стратегії торгового підприємства не потрібно забувати, що концепція інноваційної стратегії – це тривалий напрямок по прогресуванню новаційної діяльності на базі взаємодії науки, торгівлі і фінансово-кредитного чинника, а значить, механізм втілення інноваційної стратегії зобов'язаний охоплювати не тільки створення інноваційної інфраструктури, але також застосування нормативно-правових економічних засобів.

Процес становлення і виконання інноваційної стратегії торгового підприємства повинно здійснюватися на основі таких умов як:

- якість стратегії підприємства;
- капітал інноваційного потенціалу підприємства;
- ступінь ефективності менеджменту;
- присутність необхідних ресурсів для введення інновацій;
- стан законодавства у сфері інновацій;
- рівень мотивації праці та очікуваного результату від впровадження інновацій;
- стан прогресу ринку інновацій і консалтингових послуг.

Створення науково обґрунтованого механізму удосконалення новаційної діяльності в торгівлі має суттєво підвищити її ефективність і забезпечити динамічний і стабільний розвиток торговельних підприємств [6, с. 73].

Таким чином, можна виділити особливості інноваційного розвитку та зробити деякі узагальнення.

1. Інноваційний розвиток – це складний і тривалий процес інноваційних перетворень на підприємстві, включаючи набір цілей, запланованих заходів, систему мотивації і способи фінансування.

2. Потрібна наявність стратегії інноваційного розвитку підприємства, що дозволить забезпечити реалізацію принципу цілеспрямованості інноваційного розвитку.

3. Розвиток стратегії інноваційного розвитку потребує комплексного підходу, тому що ускладнюється виконання принципу своєчасності реалізації стратегічних цілей розвитку.

4. У період інноваційного розвитку необхідні значні інвестиційні ресурси для підприємства, однак це обмежує можливість поточного еконо-

мічного зростання (через зменшення оборотного капіталу) і призводить до зменшення прибутковості (рентабельності) за рахунок зростання боргових зобов'язань підприємства в цей період. У зв'язку з цим виникає потреба в реалізації принципу збалансованості поточної діяльності та стратегічного інноваційного розвитку.

5. Інноваційний розвиток вимагає активного використання і розвитку теоретичних підходів і наукових методів управління.

6. Високий рівень невизначеності отримання запланованих результатів в період інноваційного розвитку вимагає створення спеціальної системи мотивації діяльності персоналу в процесі інноваційних змін.

Для результативного впровадження стратегії інноваційного розвитку підприємства потрібно сформулювати структуру, яка могла б складатися з фахівців, що мають певну підготовку (наприклад, маркетолог з інновацій, стратег-аналітик в інноваційній сфері, фахівець з економічної експертизи нововведень в організації), а також запровадити відповідальність за реалізацію розроблені заходи.

Стратегія інноваційного прогресу повинна бути спрямована на успіх результатів за двома напрямками діяльності підприємства: інноваційного та фінансового. Тому стратегічний підхід

до підприємництва зміщує інновацію в завдання особливої важливості. Інноваційне зростання підприємства супроводжується становленням комбінації мотиваційного розвитку, пов'язаних з трансформацією торгівлі, ринку, людського потенціалу, що здатні забезпечити формування моделі саморозвитку підприємства в інноваційно-активному внутрішньому середовищі.

Для експлуатації стратегії інноваційного розвитку торгового підприємства принципово значення становить створення системи управління нематеріальними активами підприємства і їх оцінки.

Проблеми економічного зростання та підвищення конкурентоспроможності в умовах інформаційно-технологічної революції можуть бути вирішені за допомогою ефективних стратегій інноваційного розвитку. Саме послідовна інноваційна стратегія зумовила високу якість життя, охорону довкілля, національну безпеку та високий технічний рівень розвинених країн світу.

Висновок. Отже, формування інноваційної стратегії торговельного підприємства передбачає досягнення майбутніх результатів шляхом налагодження інноваційного процесу, який включає в себе стадії дослідження, запровадження нововведень у торговельний процес, отримання нового товару, просування його на ринок та отримання результату.

Список літератури:

1. Ансофф И. Стратегическое управление: сокр. пер. с англ. / И. Ансофф; под ред. Л. И. Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
2. Блонська В. І. Проблеми розвитку стратегічного планування на вітчизняних підприємствах / В. І. Блонська // Наук. вісн. – Львів. – 2014. – № 16 (6) – С. 156–160.
3. Виханский О. С. Стратегическое управление: Учеб. пособие / О. С. Виханский. – М.: Гардарики. 1999. – 296 с.
4. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: Навч. посібник. / В. Г. Герасимчук – К.: КНЕУ, 2012. – 360 с.
5. Оберемчук В. Ф. Стратегія підприємства: Короткий курс лекцій. / В. Ф. Оберемчук – К.: МАУП, 2007. – 128 с.
6. Пастухова В. В. Аналіз системи стратегічного управління підприємством: методологічний аспект / В. В. Пастухова // Фінанси України. – 2013. – № 10. – С. 69–74.
7. Сімонова В. С. Еволюція категорій «стратегія» та «стратегічне управління» / В. С. Сімонова // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 5. – С. 117–120.
8. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебн. / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ. – 2008. – 576 с.
9. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2006. – 450 с.
10. Ханк Дж. Э. Бизнес-прогнозирование: пер. с англ. / Дж. Э. Ханк, Д. У. Уичерн, А. Дж. Райтс. – М.: Вильямс, 2011. – 475 с.

Бондаренко В.В., Круглов В.В.

Харковский торгово-экономический институт
Киевского национального торгово-экономического университета

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ НА ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация

Целью статьи является исследование основных особенностей формирования инновационной стратегии на торговом предприятии. В статье проанализированы сущность понятия «инновация» и «инновационная стратегия». Обоснована актуальность неопределенности факторов внешней среды и динамичности рыночных условий обусловленного сегодняшним использованием стратегического, перспективного управления предприятием, обогащает его устойчивое развитие. Предложено определение понятия инновации; определение границ и принципов инновационной стратегии, как экономического инструмента; определение общих принципов формирования инновационной стратегии на предприятиях Украины в современных условиях хозяйствования; характеристика этапов и принципов формирования инновационной стратегии на торговом предприятии; обобщение подходов к формированию инновационной стратегии торгового предприятия на нынешнем этапе формирования рыночной экономики. Определено, что правильный отбор стратегии позволяет увеличить внутренние возможности инновационной деятельности, раскрывает скрытые запасы процесса роста предприятия с целью повышения эффективности и коммерческой деятельности. Разграничены понятия «внешняя» и «внутренняя» инновационная политика, как звена в общей инновационной деятельности предприятия.

Ключевые слова: стратегия, торговля, инновация, инновационная стратегия, управление, процесс, развитие.

Bondarenko V.V., Kruhlov V.V.

Kharkovsky Trade and Economic Institute
of Kiev National Trade and Economic University

CREATING INNOVATIVE STRATEGIES FOR TRADING ENTERPRISE

Summary

The purpose of this paper is to study the main features of the formation of an innovative strategy for the retailer. The article analyzes the essence of the concept of «innovation» and «innovation strategy». The urgency of the uncertainty of environmental factors and dynamic market conditions due to the current use of strategic, long-term management of the enterprise, enriches its sustainable development. Proposed definition of innovation; definition of boundaries and principles of innovation strategy as a tool for economic, Definition of the general principles of formation of innovative strategy of the enterprises of Ukraine in the current economic conditions; description of the stages and principles of formation of an innovative strategy for the retailer; a generalized approach to the formation of innovative strategy of commercial enterprise at the current stage of the market economy. It was determined that the right selection strategy can increase the internal capacity of innovation, reveals the hidden reserves of the enterprise growth process with the purpose to increase the efficiency and commercial activities. Delineate the notion of «external» and «internal» innovation policy, as a link in the overall innovation enterprise.

Keywords: strategy, trade, innovation, innovative strategy, management, process development.