

# ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Рівненський державний гуманітарний університет

**Анотація.** Досліджено суть та галузеві особливості інноваційного розвитку сфери торгівлі, охарактеризовано типи інновацій та умови їх використання.

**Ключові слова:** інновації; інноваційний розвиток; види інновацій; конкурентоспроможність

## INNOVATIVE DEVELOPMENT OF TRADE ENTERPRISES

**Abstract:** The essence and branch features of innovative development of trading enterprises are investigated, types of innovations and conditions of their use are characterized.

**Keywords:** innovations; innovative development; commercial enterprise's innovation types; competitiveness

Сучасна модель економічного зростання України розглядає інноваційність як вирішальний фактор, що визначає ефективність і стабільність економіки. Загострення конкуренції на споживчому ринку, розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, зміна споживчих настроїв сприяють активному технологічному оновленню роздрібних торговельних об'єктів і впровадженню інноваційних підходів до здійснення комерційної діяльності.

Класифікація видів інновацій суб'єктів торговельної діяльності передбачає їх поділ залежно від виду діяльності суб'єкта господарювання, технології впровадження, джерел фінансування, типу новизни тощо.

У працях, присвячених інноваційним процесам у роздрібних торговельних мережах, виділяють наступні типи інновацій [1-3]:

- *радикальні інновації*, які пов'язані з суттєвими змінами у сфері технологій, призводять до серйозних радикальних змін і змінюють бізнес-модель підприємства торгівлі (система електронної торгівлі, технології безконтактних платежів, програми для віртуального примірювання одягу, «магічне дзеркало» (віртуальний мейкап), кошики та візки у торговельних залах, обладнані міні-комп'ютерами – «особистими консультантами» (*Personal Shopping Assistant*), що надають необхідну інформацію про товар та його розміщення, сканують ціни тощо);
- *покрокові інновації*, які характеризуються послідовним покращенням умов для споживачів та незначною технологічною еволюцією ( поступове збільшення проходів у торговельних залах, що забезпечує створення комфортніших умов для здійснення покупок);
- *соціальні інновації*, які передбачають незначні зміни технології при дуже чуттєвій еволюції купівельних звичок споживачів (можливість доставки продуктів безпосередньо до будинку споживача, можливість придбання товарів у кредит, різновиди технології «вбивця черг»: експрес-каси, мобільні каси, каси самообслуговування);
- *технічні інновації*, які дозволяють організаціям досягти позиції лідера на товарному ринку (спеціальна упаковка виробників, яка дозволяє працівникам магазину без зайвих торговельно-технологічних операцій представляти товари на стелажі, що скорочує витрати та знижує роздрібні ціни; роботи – в “обов'язки” яких входить сортування товарів на складах, моніторинг товару на полицях, доставка необхідних товарів покупцям, а також збір та аналіз даних);
- *революційні інновації*, які замінюють старі технології новими, що здатні вдосконалювати наявні відносини між учасниками на товарному ринку (технологія електронного обміну даними між виробниками та підприємствами торгівлі, комплексні ERP-системи управління уподобаннями покупців, товарними запасами, акційними пропозиціями тощо);

- *локальні інновації*, які являють собою нововведення, що утворюються всередині конкретного сегмента (розвиток та запровадження власних торгових марок (*private label*), які заміщують на стелажах магазинів товари відомих брендів; це призводить до розриву відносин із постачальниками цих товарів);
- *архітектурні інновації*, які поєднують у собі як комерційні відносини, так і технології, що змінюються в процесі взаємодії виробника/постачальника та роздрібного підприємства (сучасне складське обладнання, стелажі для викладки товарів у торговельній залі з різноманітними «ноу-хау», які дозволяють мінімізувати витрати підприємства торгівлі, збільшуючи в той самий час його прибуток і рентабельність).

Досліджуючи питання інноваційності у сфері вітчизняної торгівлі, необхідно враховувати особливості її функціонування як галузі економіки[4]:

- інновації в торгівлі здебільшого пов'язані з появою нової або вдосконаленням існуючої послуги або технології її подання, з'являються не як результат НДДКР, а як результат конкурентного аналізу й (або) бенчмаркінгу;
- на торговельних підприємствах впроваджуються нововведення, пов'язані з виникненням нових елементів торгово-технологічного процесу або маркетингу;
- більшість інновацій – маркетингові, процесні, асортиментні, управлінські.

Тому на особливу увагу заслуговують інновації при здійсненні комерційних бізнес - процесів, які являють собою синтез технологічних, організаційних і маркетингових процесів, пов'язаних з закупівлею і продажем товарів (послуг). Відповідно до чого виділяють інновації в закупівлях та інновації, що полегшують процес покупки.

Інновації в закупівлях представлені сучасними інформаційними технологіями («Галактика», «Фолио», «Oracle», «Avasso», «X-APT» и «TRADE X»), які дозволяють автоматизувати основні закупівельні операції і забезпечують наступні переваги: швидкий доступ до комерційної інформації, скорочення часу поставок товарів, здійснення оперативного контролю за графіком поставок та рівнем витрат[5].

Інновації в продажах поділяються на:

- інновації, що полегшують працю торговельних працівників (інтернет-магазини, інтернет-аукціони, сервіси колективних покупок, шоуруми, веб-кіоски, інтерактивне телебачення);
- інновації, що полегшують процес покупки (інтеграція онлайн и офлайн-продажів, електронні цітники, «розумні візки», віртуальні дзеркала, використання RFID-систем).

В умовах загострення конкуренції на споживчому ринку розвиток інноваційної діяльності торговельних підприємств дає їм змогу значно посилити ринкові позиції як за рівнем сервісу, так і за технологічністю процесів і стає одним з найпотужніших інструментів забезпечення їх конкурентоспроможності і фінансової стійкості.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Блондо Э. Инновации в розничной торговле . Бизнес-журнал. 2005. №4. С. 48-51.
2. Дубовик Т. В., Бучацька І. О. Інноваційна спрямованість розвитку підприємств роздрібної торгівлі . Маркетинг і менеджмент інновацій. 2017. № 1. С. 223-230
3. Інноваційні Тренди Роздрібної Торгівлі - заголовок з екрану <https://blog.bvblogic.com/uk/innovaciyni-trendy-rozdribnoyi-torhivli-u-2019-roci> (дата звернення:16.02.2021).
4. Мазаракі А. А., Федулова Л. І. Концептуальні засади управління інноваційним розвитком підприємств сфери торгівлі. Підприємництво і торгівля. 2017. Вип. 21. С. 20-25
5. Тарасова Е.Е., Матузенко Е.В., Наплекова Ю.А. Инновации в коммерческой деятельности. «Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права». 2018. №2(69). С. 198-210

**Шимко Ольга Володимирівна**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, Рівненський державний гуманітарний університет, Рівне, e-mail: [volodya217@ukr.net](mailto:volodya217@ukr.net)

**Shymko Olha V.** – Candidate of economic sciences, associate professor, associate professor of the Department of Management, Rivne State University of Humanities, Rivne, e-mail: [volodya217@ukr.net](mailto:volodya217@ukr.net)