

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ВІТЧИЗНЯНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

О. Зазуляк К.Б., 2008

Розглянуто розвиток вітчизняних торговельних підприємств в аспекті державної інноваційної політики. Здійснено аналіз проблем, що пов'язані з особливостями формування інноваційного середовища України. Сформовані в цьому контексті пропозиції сприятимуть забезпеченню конкурентоспроможності вітчизняних підприємств та галузей економіки.

Ключові слова: інновація, інноваційний розвиток, інноваційна модель розвитку, інвестиції, інвестор, інноваційна стратегія, корпоративна стратегія, сфера торгівлі.

In the article is considered development of domestic point-of-sale enterprises in the aspect of public innovative policy. The analysis of problems that formings innovative environment of Ukraine related to the features is carried out. The suggestions formed in this context will be instrumental in providing competitiveness of domestic enterprises and industries of economy.

Keywords: innovation, innovative development, innovative model of development, investment, investor, innovative strategy, corporate strategy, trade sphere.

Постановка проблеми

Прискорення глобалізаційних процесів зумовило структурні зрушення в економіці України. Поступово в нашій державі відбувається перехід до якісно нового, інноваційного типу розвитку, який дає змогу визначити її економічну міць та місце в глобальному світі. Актуальність вирішення проблеми істотно зростає з урахуванням того, що у вітчизняній економіці вже формуються потенційні передумови для зростання попиту на інноваційну продукцію. Йдеться про те, що:

- споживчий попит спричиняє приріст попиту на складну наукоємну продукцію;
- зростає активізація конкурентного тиску як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках;
- збільшується бюджетне фінансування науково-технічного розвитку;
- збільшується частка іноземних замовлень українським науковцям.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

У науковій економічній літературі відомо багато різних підходів до розуміння змісту інновацій та інноваційної моделі розвитку економіки. Найдетальніше ці терміни розглянуті зарубіжними вченими. Серед них можна виділити наукові праці Й. Шумпетера, П. Друкера, М. Портера. Останнім часом і українські вчені зацікавились проблемою інновацій. Цю проблематику висвітлено у праці Н. В. Краснокутської [2, с. 14-23], Федулової [4, с. 44]. В. Новицького [6, с. 46]. Найрозповсюдженішим помилковим трактування „інновацій” є розгляд їх, винятково, як зміну певної технології. Саме тому Л.Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук пояснюють інновації залежно від об'єкта і предмета дослідження як зміни, процес і результат [1, с. 13]. На думку С. М. Ілляшенка, інноваційний розвиток – це певний шлях, що ґрунтується на впровадженні і реалізації інновацій, які обумовлюють поліпшення кількісних та якісних характеристик діяльності підприємства, забезпечують зміцнення його ринкових позицій і створюють умови для прогресивного розвитку [3, с.43]. Інноваційна модель, передусім, виступає теоретичним вираженням інноваційних пріоритетів, напрямків, структур, мотивацій, стратегій, механізмів тощо, які спрямовані на формування інноваційного типу розвитку [5, с. 55]. На нашу думку, інноваційна модель – це така концепція, яка містить соціально-економічні пріоритети, схеми управління інноваціями та критерії оцінювання інноваційного розвитку економіки.

Постановка цілей

Інновації виступають запорукою прогресивного розвитку кожної країни. Саме тому в нашій державі відбувається поступовий перехід до інноваційної моделі розвитку економіки. На жаль, в Україні існує багато перешкод для якісного і швидкого вирішення цього питання. Зволікання у впровадженні інноваційної моделі спричиняє втрату можливих інвестицій в окремі сектори економіки України.

Метою статті є аналіз переходу вітчизняних торговельних підприємств до інноваційного типу розвитку. Розкриття цієї проблеми, передусім, вимагає встановлення таких цілей:

- аналізу інноваційно-інвестиційного розвитку вітчизняних торговельних підприємств;
- використання напрацьованого інноваційного досвіду передових країн світу;
- вибору оптимального шляху інвестиційного розвитку для вітчизняних торговельних підприємств.

Виклад основного матеріалу

Інноваційно-розвинені країни вже давно усвідомили, що у зв'язку із поступовим вичерпуванням відновлювального потенціалу їх економіки та людських ресурсів, альтернативи інноваційному розвитку в них просто немає. Так за результатами дослідження, виконаного [Economist Intelligence Unit](#) найбільш інноваційно активною країною світу в 2007 році стала Японія, далі йдуть Швейцарія, США та Швеція. Для достовірності результатів дослідження Economist Intelligence Unit проаналізувала інформацію щодо 82-х країн, базуючись на рівні інновацій у 2002–2006 рр. Під час дослідження було зроблено прогнози на 2007–2011 рр. Відповідно до цих прогнозів чотири перших країни збережуть свої позиції, а Китай зуміє підвищити рівень своєї інноваційності [10]. Це дослідження виявило також цікаві факти, пов'язані із здійснення інноваційної діяльності. Наведемо найактуальніші з них:

- інновації стимулюють зростання національного добробуту і позитивно впливають на діяльність компаній загалом. На мікроекономічному рівні ці переваги є особливо відчутними;
- у компаніях, де інновації не належать до ключових завдань, 32% респондентів констатують кращий рівень діяльності, ніж у конкурентів. І відповідно цей відсоток зростає до 46%, коли йдеться про компанії, у яких інновації належать до ключових пріоритетів;
- показник повернення інвестицій з інновацій був вищим у країнах із середнім рівнем прибутку, таких, як Мексика та Китай, ніж серед багатих країн.

Усвідомлення необхідності підтримки інноваційних процесів в Україні засвідчило прийняття, протягом 10 останніх років, понад 20 нормативних актів, які тією чи іншою мірою регулюють інноваційну діяльність.

Щоб перейти до інноваційної моделі Україні варто використати її ключові можливості, такі, як технологічні інновації, освоєння транспортних сполучень „Європа – Азія”, участь в СОТ, інтеграція в ЄС. Для побудови вищезгаданої моделі необхідною умовою є потужне інституційне забезпечення, яке передбачає:

- реформування законодавчої бази із науково-технічної діяльності;
- визначення повноважень, зобов'язань і функцій державних органів у цій сфері;
- формування та подальшу підтримку складових елементів дієвої інноваційної системи (бізнес-інкубатори, технополіси, технопарки тощо).

Введення в дію інноваційної моделі буде успішним за умови її ефективної роботи у всіх секторах економіки. Найпроблематичнішим у цьому разі є підприємницький сектор. Це зумовлено тим, що часто вітчизняні підприємства не зацікавлені у власних розробках, натомість користуються дешевими і неякісними інноваційними продуктами розвинених країн. Така ситуація значно гальмує інноваційні перетворення у вітчизняній економіці. Для вирішення цієї проблеми українським законодавством теоретично передбачено державне стимулювання інноваційної діяльності суб'єктів господарювання. Існує можливість залучення податкового кредиту щодо сплати прибутку, отриманого в результаті інвестування в інноваційні проекти, а також виробництва та реалізації інноваційної продукції. Ця ідея звичайно перспективна, але її втілення в Україні є доволі проблематичним кроком, тому що державне стимулювання інновацій шляхом пільгового оподаткування відірване від запровадження дієвих стимулів для інвестиційної діяльності. Хоча в

розвинених країнах пільговий режим оподаткування пріоритетних видів інноваційної діяльності вже давно й успішно використовується. Окрім державного стимулювання інноваційної діяльності вітчизняний підприємницький сектор може використати практику іноземних компаній. Для цього скористаємось даними щорічного дослідження компаній, які витрачають найбільше коштів на дослідження та розвиток, що здійснює компанія [Booz Allen Hamilton](#) [9].

Основним здобутком даного дослідження є виявлення двох основних факторів успіху: узгодження інноваційної моделі з корпоративною стратегією та вміння фокусуватися на кожному "кроці" клієнта. Компанії можуть витрачати безліч коштів, запроваджувати найдорожчі технології, наймати найкращих інженерів та виконувати найдетальніші ринкові дослідження, але якщо їхні зусилля не будуть підкріплені розумінням потреб клієнтів, а лише будуть спрямовані на дослідження та розвиток – результативність у кращому випадку залишатиметься без змін, або почне знижуватись.

У результаті дослідження було сформовано рейтинг інноваційних лідерів, чия віддача від інвестицій у дослідження та розвиток була вищою, ніж у їхніх конкурентів. Незважаючи на відсутність прямого зв'язку між розміром інвестицій та їх ефективністю, все ж знайшлися такі фактори, які впливають на результат. Перша причина високої результативності полягала у вмінні узгодити стратегію інновацій із загальною стратегією компанії, а друга – фокусування на клієнта.

Щоб детально дослідити зв'язки між корпоративною та інноваційною стратегіями, а також між інноваційною стратегією та розумінням потреб споживача, було обрано групу компаній, що брали участь у дослідженнях Global Innovation 1000, які мали репрезентувати всю широту галузей і чий загальні витрати на дослідження та розвиток у 2006-му році становили \$68 млрд. Респондентами були обрані топ-менеджери та керівники таких провідних світових компаній, як IBM, GE, 3M, Thales, Autoliv, Bayer, Denso та інші. Експерти досліджували підходи цих компаній до технологій, ринків та користувачів, а також наскільки тісно їхні інноваційні стратегії переплітаються із загальними корпоративними цілями.

В результаті дослідження було виокремлено три окремі інноваційні стратегії. А оскільки компанії переважно дотримувалися однієї з стратегій, то їх поділили на три такі категорії:

• Користувачі технологій – компанії, які дотримуються напрямів, що відкриваються для них завдяки технологіям. Часто такі компанії намагаються вирішити неіснуючі проблеми клієнтів.

• Спостерігачі ринку – компанії, які фокусуються на створенні цінностей через поступові зміни, уважно стежать за поведінкою ринку та дотримуються консервативніших підходів.

• Шукачі потреби – компанії, які найактивніше залучають до формування нових продуктів, сервісів та процесів наявних та потенційних клієнтів.

Під час дослідження було доведено, що успішність інновацій залежить не від конкретної категорії, а від узгодженості стратегій та фокусуванні на користувача. Тобто, в тих компаніях, які мають зв'язок інноваційної стратегії із загальними стратегічними цілями, операційний прибуток збільшився на 40% та на 100% підвищилось повернення акціонерного капіталу.

В Україні торговельна сфера перебуває в стадії інвестиційного буму, який розпочався 2006 року і продовжується сьогодні, а це підтверджує актуальність обраної теми. За даними міжнародного агентства А. Т. Kearney нині Україна займає п'яту позицію в світі за інвестиційною привабливістю свого ритейлу, а попит на торговельну нерухомість перевищує пропозицію в чотири рази [7]. Ці факти беззаперечно роблять торгівлю лідером інноваційної привабливості порівняно з іншими секторами економіки України. Проте стрімкий розвиток інновацій в цій сфері є неможливий через надто повільні темпи капіталовкладень в розбудову торговельних центрів, торговельно-розважальних комплексів і супермаркетів. Такий парадокс виник у зв'язку із нестачею коштів у вітчизняних інвесторів і відсутністю зацікавленості іноземних інвесторів. Останніх відлякує недосконала державна політика стимулювання інноваційно-інвестиційної діяльності в Україні. З такими труднощами стикнулася не тільки всесвітньовідома німецька компанія Metro Cash&Carry та шведська ІКЕА, але і багато інших.

Але якими б песимістичними не були прогнози, пов'язані з вітчизняними інвесторами, практично в кожному місті України протягом 2007 року почали працювати і нові торговельні центри, і супермаркети, і невеликі магазини. За обсягами інвестицій в торговельну нерухомість лідерами є м. Київ, Дніпропетровська, Київська, Донецька, Одеська, Запорізька, Харківська та

Львівська області, а також Автономна Республіка Крим. Інвестиції в торговельну нерухомість західного регіону України і безпосередньо місто Львів за період з 2007 року по 2009 рік становитимуть близько 437 млн. дол. (таблиця). Причому левову частку інвестицій західний регіон отримає від місцевих інвесторів, а саме від компанії „Інтермаркет” (300 млн. дол.) [7].

Перелік інвестицій в торговельну нерухомість західного регіону України (2007 – 2008 рр.) [7]

	Інвестор	Походження інвестора	Розмір інвестицій, млн. дол.. США	Рік інвестування
1	King Cross, Comfort-Invest	Італія – Україна	70	2007
2	Компанія „XXI століття”	Україна, Київ	30	2007
3	ТК „Інтермаркет”	Україна, Львів	11	2007
4	ТК „Інтермаркет”	Україна, Львів	290	2008
5	ТК „Альянс-Сервис”	Україна, Львів	11	2007
6	Компанія „Профіт-груп”	Україна, Київ	2,5	2008
7	ТПК „Львівхолод”	Україна, Львів	5	2008
8	ТзОВ „Пам'ять”	Україна, Львів	5	2007

Висновки

Отже, якнайшвидше створення сучасного інструментарію державної політики стимулювання інноваційно-інвестиційної діяльності є невід’ємною умовою формування основ інноваційної моделі розвитку економіки України. Це своєю чергою неодмінно призведе до розбудови нових, оновлення старих торговельних підприємств, а також галузі торгівлі загалом. Відповідно актуалізується потреба в реінжинірингу бізнес-процесів торговельних комплексів та їх підрозділів. Підтвердженням вищевикладеному є Наказ Президента України від 23 травня 2001 року №334/2001 „Про заходи з удосконалення функцій ринків з продажу продовольчих і непродовольчих товарів”.

З кожним роком збереження конкурентних переваг стає все проблематичнішим, саме тому всі без винятку галузі української економіки можуть істотно підвищити свою конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках внаслідок удосконалення державної політики, що стосується інноваційно-інвестиційної діяльності, використавши інноваційний досвід передових країн, які зробили ставку на технологічні зміни і за короткий термін забезпечили своє економічне зростання.

Перспективи подальших досліджень

Запропонований інструментарій стимулювання інноваційно-інвестиційної діяльності успішно можна використовувати не тільки на державному рівні, а і на рівні окремих компаній. Отже, для створення інноваційної мережевої економіки в Україні (інноваційних кластерів), необхідно врахувати вітчизняні реалії та протягом наступних кількох років впровадити прогресивний досвід зарубіжних країн.

1. Антонюк Л.Л., Поручник А. М., Савчук В. С. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: Монографія. – К.: КНЕУ, 2003. – 394 с. 2. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент: Навч. посібник–К.: КНЕУ, 2003.–504с. 3. Маркетинг і менеджмент. За заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. – Суми: ВТД „Університетська книга”, 2006. – 728 с. 4. Федулова Л. І. Інноваційна економіка: Підручник. – К.: Либідь, 2006. – 480 с. 5. Мовсесян С. Суть, види і особенности модели инновационного развития экономики // Бизнесинформ. – 2005. – №7-8. – С.51–57. 6. Новицький В. Імперативи інноваційного розвитку // Економіка України. – 2007. – №2. – С.45–52. 7. Торговое дело. – 2007. – №12. – С. 60–65. 8. Чухно А. Науково-технологічний розвиток як об’єкт дослідження еволюційної економічної теорії // Економіка України. – 2008. – №1. – С.12–22. 9. <http://www.boozallen.com> – від 14.04.2008. 10. <http://www.eiu.com> – від 14.04.2008.