

ГУШТАН

Тетяна Вікторівна
tetyanadk@ukr.net

УДК 658.5

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ
ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІк.е.н., доцент кафедри,
Ужгородський
торговельно-економічний
інститут КНТЕУPROBLEMATIC ASPECTS OF INNOVATION ACTIVITY OF WHOLESALERS
IN UKRAINE*HUSHTAN Tetiana Viktorivna – PhD in Economics, Associate Professor of department, Uzhhorod Trade and Economic Institute KNTEU*

У статті досліджено особливості та перешкоди інноваційної діяльності підприємств оптової торгівлі. Досліджено зміст та основні тенденції інноваційної діяльності підприємств в Україні. Встановлено особливості інноваційної активності підприємств оптової торгівлі. Здійснено порівняння частки інноваційно-активних підприємств оптової торгівлі та суміжних сфер. Охарактеризовано структуру витрат підприємств-інноваторів. Узагальнено напрямки, стратегії та чинники ефективності інноваційної діяльності підприємств оптової торгівлі. Наголошено на проблемі реалізації інноваційно-кадрового потенціалу підприємств оптової торгівлі. Розроблено рекомендації стосовно подолання перешкод інноваційної діяльності підприємств оптової торгівлі в Україні.

* * *

В статье исследованы особенности и препятствия инновационной деятельности предприятий оптовой торговли. Исследовано содержание и основные тенденции инновационной деятельности предприятий в Украине. Установлены особенности инновационной активности предприятий оптовой торговли. Проведено сравнение доли инновационно активных предприятий оптовой торговли и смежных сфер. Рассмотрена структура затрат предприятий-инноваторов. Осуществлен обзор направлений, стратегий и факторов эффективности инновационной деятельности предприятий оптовой торговли. Отмечено проблему реализации инновационно-кадрового потенциала предприятий оптовой торговли. Разработаны рекомендации по преодолению препятствий инновационной деятельности предприятий оптовой торговли в Украине.

* * *

Introduction. Wholesale companies are an important part of the system of commodity circulation and supply chains. Their development, improvement of theoretical and methodological principles of management and business practices has a significant impact on the boundaries and capabilities of the system as a whole. At the current stage of economic development, the main factor in improving the enterprise management system is fairly considered to be innovative activity, which consists in the creation and implementation of innovative products and services, as well as marketing and managerial innovations. Taking into account the current state of affairs in wholesale trade, it is expedient to summarize the problem aspects of innovation activity in this area, as well as to work out recommendations for their overcoming.

Purpose. The purpose of the work is to substantiate the recommendations on overcoming obstacles to the innovation activity of wholesale trade enterprises in Ukraine.

Results. In the article the features and obstacles of innovative activity of wholesale trade enterprises are investigated. The content and main tendencies of innovative activity of enterprises in Ukraine are researched. The peculiarities of innovation activity of wholesale trade enterprises are established. The comparison of the share of innovation-active wholesale trade enterprises and related fields is carried out. The structure of expenses of the enterprises-innovators has been characterized. The directions, strategies and factors of efficiency of innovation activity of wholesale trade enterprises are generalized. The issue of realization of innovative and personnel potential of enterprises of wholesale trade is emphasized. Recommendations for overcoming the obstacles of innovative activity of wholesale trade enterprises in Ukraine are developed.

Conclusion. According to the results of the study, it was found that domestic wholesalers are in search of new forms and methods of innovation. The effectiveness of this activity is influenced by the general state of innovation of the economy, the introduction of elements of the knowledge economy at the national level, and the availability of sufficient funding for innovation activities. At the same time, there are a number of obstacles in this area due to the imperfection of the legislative regulation, the lack of development of cluster links with innovation centers (research institutions, educational institutions), as well as unfavorable investment climate in Ukraine. Taking into account the conducted research, recommendations for overcoming the obstacles of innovation activity of wholesale trade enterprises in Ukraine are offered.

Ключові слова: інновації, інноваційний потенціал, інноваційна активність, оптова торгівля, підприємства оптової торгівлі

Ключевые слова: инновации, инновационный потенциал, инновационная активность, оптовая торговля, предприятия оптовой торговли

Keywords: innovation, innovation potential, innovation activity, wholesale trade, wholesale trade enterprises

ВСТУП

Підприємства оптової торгівлі є важливою ланкою системи товарообігу та ланцюгів постачання. Їх розвиток, удосконалення теоретико-методичних засад управління і практики господарювання справляє суттє-

вий вплив на граничні межі та можливості розвитку системи в цілому. На нинішньому етапі розвитку економіки основним чинником вдосконалення системи управління підприємством справедливо вважається інноваційна діяльність, що полягає у створенні та

впровадженні інноваційних продуктів і послуг, а також маркетингових і управлінських інновацій.

Питання інноваційної діяльності оптових підприємств досліджували Антонюк Я., Богославець Г., Букрін М., Колодяжна І., Кулініч Т., Підгірний І., Трубей О., Чернявська М., Яшкіна О. та ін.

Водночас, з урахуванням актуального стану справ в оптові торгівлі, доцільним є узагальнення проблемних аспектів інноваційної діяльності у цій сфері, а також напрацювання рекомендацій стосовно їх подолання.

МЕТА РОБОТИ полягає у обґрунтуванні рекомендацій стосовно подолання перешкод інноваційної діяльності підприємств оптової торгівлі в Україні.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною базою дослідження є теорії менеджменту інновацій та управління підприємствами оптової торгівлі. У дослідженні використано метод аналізу статистичних даних, економіко-порівняльний метод, методи синтезу та узагальнення.

Джерельною базою дослідження є статистичні дані та матеріали обстеження інноваційної активності підприємств Державної служби статистики України, наукові праці за напрямком інноваційного розвитку підприємств оптової торгівлі.

РЕЗУЛЬТАТИ

Інноваційний розвиток підприємств будь-якого виду економічної діяльності обумовлюється, у першу чергу, вимогами ринку та рівнем інноваційності національної економіки. У цьому контексті погоджуємось з Я.М. Антонюк, котрий зауважує: «Зміст інноваційного процесу в Україні має певні особливості в порівнянні з країнами з розвинутою і сталою економікою. Це обумовлено тим, що Україна перебуває в стадії трансформаційного запровадження основ ринкової економіки і тому вітчизняні інновації в меншій мірі включають в себе модель науково-технічного чи технологічного поштовху, а в більшості випадків – це переобладнання економічного простору під вимоги ринкової економіки. Особливо це стосується сфери торгівлі» [1, С. 45]. Як справедливо зазначає у цьому контексті М.К. Чернявська, в сучасних умовах ефективно розвиваються ті підприємства, які вчасно ре-

агують на вимоги ринку, створюють та добре організують виробництво конкурентоспроможної продукції, забезпечують ефективність перебудови внутрішньо-виробничого управління [2, С. 102].

На сьогоднішній день державна політика у сфері інновацій не є ефективною. Підтвердженням цьому слугують дані Державної служби статистики України. З 1991 р. кількість організацій, які виконують наукові дослідження й розробки скоротилась з 1344 до 978 од., кількість науковців – з 295,01 до 63,86 тис. осіб. Питома вага обсягу виконаних наукових і науково-технічних робіт у ВВП з 1996 по 2015 рр. (за винятком 2002–2003 рр.) невинно скорочувалась з 1,36% до 0,64%, хоча у фактичних цінах обсяги зростали (рис. 1).

Участь підприємств оптової торгівлі у інноваційних процесах є проявом їх інноваційної активності. Погодимось з Г.М. Богославець та О.М. Трубей, котрі наголошують: «Рівень конкурентоспроможності підприємств всіх сфер і галузей економічної діяльності в умовах ринку визначається їх здатністю до нововведень, тобто значною мірою залежить від інновацій. Саме нововведення відіграють вирішальну роль в економічному зростанні підприємств і, як наслідок, економіки країни в цілому. Аналіз інноваційної активності вітчизняних підприємств, і зокрема підприємств торгівлі, свідчить про досить низький рівень їх діяльності стосовно нововведень, а відтак примушує замислитись над питаннями подальшого ефективного розвитку торговельного бізнесу в Україні і здатності підприємств даної галузі вирішувати актуальні питання забезпечення прискорення рух товарів, впливу на виробництво, ефективний міжгалузевий обмін та активізацію споживання» [4, С. 69].

Результати вибіркового обстеження інноваційної діяльності в економіці України, проведеного Державною службою статистики України доводять її низький рівень. Кількість не інноваційних підприємств у 2012-2014 рр. складала 81,6 %, у 2014-2016 рр. – 85,4 %. За останній період найбільша частка інноваційних підприємств діяли у сфері переробної промисловості (45,6 %), та оптової торгівлі (22,8 %). Порівняння частки інноваційно-активних підприємств оптової торгівлі та суміжних сфер представлено на рис. 2.

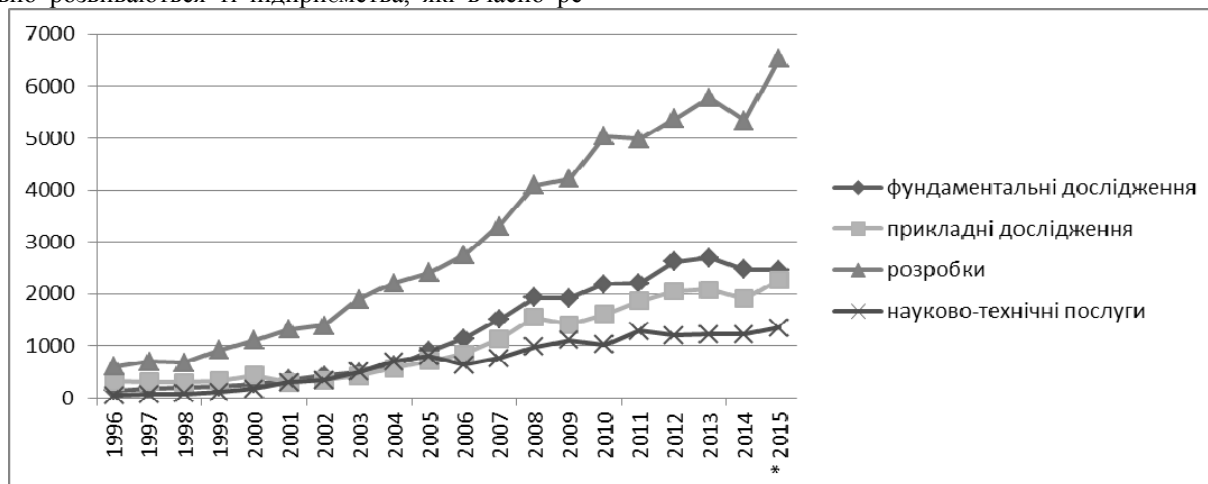


Рис. 1. Обсяг виконаних наукових та науково-технічних робіт, млн. грн. [сформовано автором за [3]]

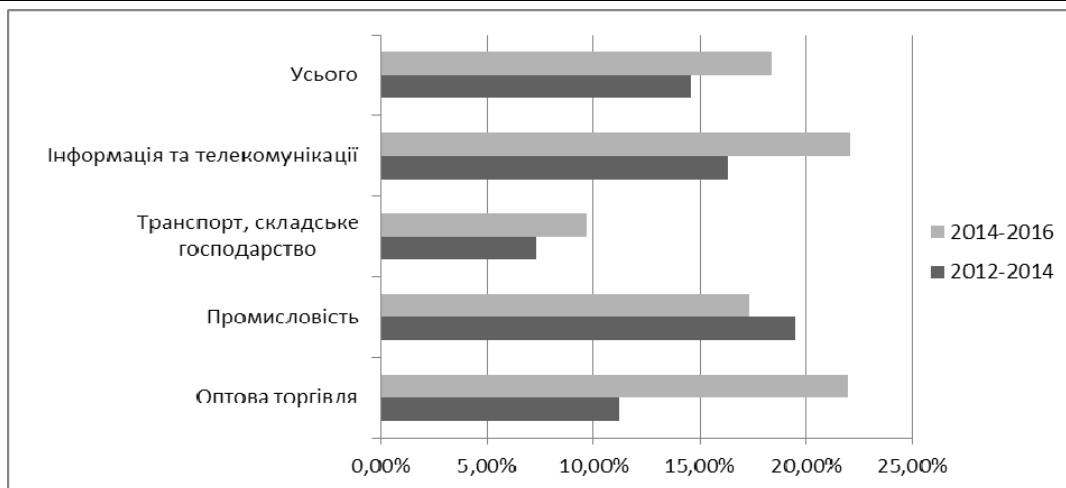


Рис. 2. Частка інноваційно-активних підприємств серед обстежених за відповідними видами економічної діяльності [розраховано автором за даними [5]]

Слід відзначити, що чинником зростання частки інноваційних підприємств у сфері оптової торгівлі є нарощування витрат за напрямком дизайну, навчання, маркетингу та іншої інноваційної діяльності. У 2014 р. домінуючим напрямком витрат підприємств-інноваторів за більшістю видів економічної діяльності було придбання машин, обладнання та програмного забезпечення. У оптовій торгівлі такі витрати склали 98,3 %. Натомість, вже у 2016 р. частка витрат за напрямками маркетингових та освітніх інновацій склали 37,2 %. У декілька разів зросли також витрати за іншими напрямками, зокрема, внутрішніх та зовнішніх НДР, а також придбання зовнішніх знань [5, с. 126]. Отже, підприємства оптової торгівлі в Україні перебувають у пошуку нових форм та методів інноваційної діяльності.

Існують певні відмінності інноваційного процесу на підприємствах оптової та роздрібною торгівлі, хоча, протягом останніх років спостерігається розмивання рамок цих видів діяльності. Основна відмінність, як зазначає Я.М. Антонюк, полягає у тому, що у оптовій торгівлі інновації зводяться до запровадження нової філософії в роботі учасників товаропросування, орієнтованої на зацікавленість доведення продукції виробником до кінцевого споживача, у роздрібній торгівлі – до масового впровадження сучасних форматів торгівлі [1, С. 48].

Інноваційна активність підприємство оптової торгівлі є процесом реалізації їх інноваційного потенціалу. У цьому контексті М.К. Чернявська твердить: «Очевидно, виходячи з логіки конструкції самого поняття «інновація торговельного підприємства», впровадження нововведень та оновлення у процесі господарської діяльності на всіх стадіях (від закупівлі до збуту товару) є свідченням генерації знань персоналу, комерціалізації його творчих ідей та реалізації власне потенціалу. Лише на цих умовах можливо сформувати та реалізувати потенціал підприємства у цілому, що й дозволяє забезпечити інтенсивний розвиток та, відповідно – збільшити обсяги збуту товару та прибуток торговельного підприємства, а також задовольнити інтереси споживача» [2, С. 105].

Інноваційна діяльність підприємств оптової торгівлі може здійснюватись за багатьма напрямками. Серед них І.В. Колодяжна та М.О. Букрін виокремлю-

ють такі, як використання прогресивних форм і методів купівлі, зберігання та продажу товарів, впровадження нових послуг на стадії продажу товару, що дають змогу максимально задовольнити запити споживача, втілення корисних ідей, що збільшують прибуток; освоєння нових сегментів ринку купівлі та продажу товарів, які дають можливість охопити як найбільшу кількість постачальників товарів і покупців; використання нових та прогресивних форм організації праці та управління персоналом; отримання результату від запровадження нових форм і методів організації господарської діяльності, що забезпечує інтенсивний розвиток підприємства, збільшення товарообігу, доходу і прибутку [6, С. 356].

Водночас як свідчить кореляційний аналіз інноваційної діяльності підприємств, проведений О.І. Яшкіною, більшість субфакторів, які впливають на результативність інноваційної діяльності, пов'язані з науковими та науково-технічними роботами, натомість витрати на нетехнологічні інновації майже не впливають на показники результативності інноваційної діяльності підприємств України. Науковець зазначає, що усі напрями витрат на наукові та науково-технічні роботи сильно впливають на обсяг реалізованої інноваційної продукції, мають сильний вплив на впровадження нових технологічних процесів та мають середній вплив на освоєння виробництва нових видів техніки [7, С. 188].

Інноваційний потенціал підприємств оптової торгівлі реалізується на основі певних стратегій. Т.В. Кулініч та І.О. Лозова виокремлюють такі можливі стратегії: використання переваг комбінації з імітаційної та залежної інноваційних стратегій, діяльність на основі контрактного виробництва, коли учасниками виступають як гуртова торгівля, так і промисловість; поширення онлайн-продажу товарів, розробка програмного забезпечення для мобільних пристроїв з висвітленням товарних позицій продукції підприємства, що сприятиме підвищенню обсягів продажу продукції як у гуртовій, так і в роздрібній торгівлі, а також зменшити операційні витрати підприємства на персонал; міжфункціональний підхід до ланцюга поставок та вдосконалення асортименту товарів, що передбачає започаткування методичного моніторингу та аналізу

маркетингових даних з метою визначення реакції споживачів на товари (товарні групи), що сприятиме підвищенню ефективності збуту [8, С. 296].

Стосовно переліку чинників ефективності інноваційної діяльності підприємств оптової торгівлі, І. Підгірний наголошує на наступних: а) визначення ролі й місця оптової торгівлі у розвитку економіки України; б) активізація вирішення проблем не тільки внутрішньої і зовнішньої торгівлі, але і таких секторів економіки, як сільське господарство і переробна промисловість; в) визначення пріоритетів, що сприятиме оздоровленню ситуації у виробництві вітчизняних товарів споживчого призначення, а також мінімізуватиме ризики від інтеграції в єдиний економічний простір; г) розроблення загальнодержавної стратегії регулювання внутрішнього ринку, системи стимулів для великих підприємств оптової торгівлі; д) розроблення інноваційних проектів оптових підприємств для формування товаропровідної мережі, зміцнення міжрегіонального співробітництва з обміну товарами [9].

Водночас низька інтенсивність інноваційної діяльності підприємств оптової торгівлі пояснюється наявністю чинників, що впливають з актуального стану національної економіки та об'єктивних економічних процесів. Однією з основних перешкод є складність залучення інвестицій для реалізації інноваційних проектів, що пояснюється низькою стійкістю вітчизняної економічної системи до кризових процесів та тривалий період післякризового відновлення. Як справедливо підкреслюють Т.В. Кулініч та І.О. Лозова, «Суспільство розвивається у нестабільності знань про майбутнє ринку, адже виникають світові кризи, які б'ють по динаміці ефективного розвитку країни, наявні проблеми у виробництві і збуті продукції продовольчого і непродовольчого характеру, що створюють небезпеку для всього продуктового ланцюга – від товаровиробників до кінцевих споживачів» [8, С. 292].

На думку Г.М. Богославець та О.М. Трубей, до основних перешкод, котрі стримують розвиток інновацій серед підприємств слід відносити такі, як недостатній рівень поінформованості керівників і менеджерів відносно змісту інноваційної діяльності; страх перед змінами і пов'язаними з ними ризиками; низький рівень підготовки і стимулювання спеціалістів для реалізації інноваційних проектів; обмеженість або відсутність фінансових ресурсів; труднощі у залученні іноземних інвесторів через нестабільність економічної ситуації та несприятливий інвестиційний клімат у країні; недосконалість правового регулювання відносин у інноваційній сфері; слабка роль державної влади і органів місцевого самоврядування у поєднанні своїх зусиль і бізнесу у здійсненні інновацій; низький рівень фінансування державою розвитку інноваційної інфраструктури, в т.ч. наукової та науково-технічної діяльності [4, С. 73].

Додатково відзначимо, що згідно обстеження, проведеного Державною службою статистики України, 82,3 % працівників працюють на підприємствах, котрі належать до інноваційно-неактивних [5]. Таким чином, можемо виокремити проблему реалізації інноваційно-кадрового потенціалу, – навіть якщо на підприємствах залучено кадри, що можуть продукувати інно-

вації, відсутність інноваційної стратегії та інноваційної активності пригнічує такий потенціал.

ВИСНОВКИ

За результатами дослідження встановлено, що вітчизняні підприємства оптової торгівлі перебувають у пошуку нових форм та методів інноваційної діяльності. На ефективність цієї діяльності впливає загальний стан інноватизації економіки, запровадження на національному рівні елементів економіки знань, а також наявність достатнього фінансування інноваційної діяльності. Водночас спостерігається низка перешкод у цій сфері, пов'язаних з недосконалістю законодавчого врегулювання, недостатнім розвитком кластерних зв'язків з інноваційними центрами (науково-дослідними установами, освітніми закладами), а також несприятливим інвестиційним кліматом в Україні.

З метою подолання перешкод інноваційної діяльності підприємств оптової торгівлі в Україні пропонуємо такі кроки:

1. Посилення інноваційної кооперації та кластерних зв'язків оптовиків і центрів інновацій.
2. Моніторинг інновацій у роздрібній торгівлі та створення комплементарних систем.
3. Ініціація створення національного фонду інвестування у перспективні інновації.
4. Підтримка ініціатив стосовно надання пільг інноваційним підприємствам.
5. Участь у створенні центрів обміну міжнародним досвідом.

Лише на основі якісних перетворень, що виникають унаслідок інноваційного розвитку, на нашу думку, можливе суттєве зміцнення фінансового стану та конкурентних позицій підприємств оптової торгівлі.

Список використаних джерел

1. Антонюк Я.М. Особливості інноваційного процесу в торгівлі в сучасних умовах. Торговля, комерція, підприємство. 2011. Вип. 12. С. 45-48.
2. Чернявська М.К. Сутність інновацій торговельного підприємства. Науковий вісник Мукачівського державного університету. Сер.: Економіка. 2017. Вип. 1. С. 102-107.
3. Наукова та інноваційна діяльність (1990-2016). URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind_rik/ind_u/2002.html
4. Богославець Г.М., Трубей О.М. Інноваційна діяльність підприємств торгівлі. Інноваційна економіка. 2016. № 7-8. С. 69-74.
5. Наукова та інноваційна діяльність України: Статистичний збірник. Київ, 2018. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/09/zb_nauka_2017.pdf
6. Колодяжна І.В., Букрін М.О. Формування економічної стратегії інноваційного розвитку підприємств. Економіка та суспільство. 2016. № 7. С. 354-360.
7. Яшкіна О.І. Інноваційна діяльність підприємств України: тенденції розвитку та чинники впливу. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2013. № 4. С. 181-189.
8. Кулініч Т.В., Лозова І.О. Інноваційні стратегії в розрізі гуртової торгівлі. Економіка і суспільство. 2017. № 12. С. 292-297.
9. Підгірний І. Роль та значення інноваційних перетворень в оптовій торгівлі для розвитку української економіки. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/22744/1/52.pdf>

References

1. Antonyuk Y.M. Features of the innovation process in trade in modern conditions. Trade, commerce, entrepreneur-

ship. 2011. Issue 12. pp. 45-48. (in Ukrainian)

2. Chernyavska M.K. Essence of innovations of the trading enterprise. *Scientific herald of Mukachevo State University. Series: Economics*. 2017. Issue 1. pp. 102-107. (in Ukrainian)

3. *Scientific and innovation activities (1990-2016)*. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind_rik/ind_u/2002.html (in Ukrainian)

4. Bohoslavets H.M., Trubei O.M. Innovative activity of enterprises of trade. *Innovative economy*. 2016. № 7-8. pp. 69-74. (in Ukrainian)

5. *Scientific and innovation activity of Ukraine: Statistical collection*. Kyiv, 2018. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/09/zb_nauka_2017.pdf (in Ukrainian)

6. Kolodyazhna I.V., Bukrin M.O. Formation of economic

strategy of innovative development of enterprises. *Economics and Society*. 2016. № 7. pp. 354-360. (in Ukrainian)

7. Yashkina O. Innovative activity of Ukrainian enterprises: development trends and factors of influence. *Marketing and Innovation Management*. 2013. № 4. pp. 181-189. (in Ukrainian)

8. Kulinich T.V., Lozova I.O. Innovation strategies in the context of wholesale trade. *Economics and Society*. 2017. № 12. pp. 292-297. (in Ukrainian)

9. Pidhirnyi I. The role and significance of innovative transformations in wholesale trade for the development of the Ukrainian economy. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/22744/1/52.pdf> (in Ukrainian)