

УДК 658.589:339.33

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ

Трубей О. М., кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та фінансів підприємства Київського національного торговельно-економічного університету

Трубей О. М. Інноваційний розвиток підприємств оптової торгівлі.

Стаття присвячена обґрунтуванню необхідності запровадження інструментів інноваційного розвитку підприємств оптової торгівлі. В перебігу дослідження здійснено аналіз сучасних параметрів та результативних показників діяльності підприємств, що працюють у сфері оптової торгівлі. Це дозволило виявити коло проблем у їх функціонуванні, що пов'язані, як з відсутністю дієвих економічних важелів регулювання сфери оптової торгівлі на рівні державного управління, так і з малоєфективним менеджментом на окремих підприємствах. Аналіз даних щодо обсягів фінансування на інноваційний розвиток по обстежених торговельних підприємствах України виявив низький рівень фінансового забезпечення інновацій на підприємствах оптової торгівлі. Попри випереджаючі темпи росту обсягів фінансування інноваційних проектів розвитку оптових підприємств, загальна сума фінансування втричі менша ніж по підприємствах роздрібною торгівлі. Вивчення закордонної практики застосування інновацій в сфері оптової торгівлі та інноваційних проектів, що використовуються на підприємствах роздрібною торгівлі дозволило окреслити основні напрямки інноваційної діяльності оптових торговельних підприємств. Визначено, що підприємства цієї галузі потребують запровадження специфічних інноваційних перетворень, як технологічного так і нетехнологічного характеру. Ці перетворення можуть стосуватися, як товарної, маркетингової, технологічної чи інших стратегій підприємства, так і вдосконалення діючих або запровадження нових інноваційних бізнес-моделей розвитку. Доведено, що з урахуванням основного економічного змісту діяльності підприємств оптової торгівлі - посередництва між товаровиробниками і роздрібними торговцями, основні інноваційні зміни на цих підприємствах мають стосуватися їх техніко-технологічного розвитку та формування нових клієнтоорієнтованих бізнес-моделей.

Trubey O. Innovative Development of the Wholesale Trade Enterprises.

The article is devoted to the necessity to introduce the instruments of innovative development of the wholesale trade enterprises. In the cause of the investigation there is made the analysis of modern parameters and key indicators of performance of the enterprises which function in the wholesale trade. It enabled to reveal the range of problems in their functioning which are connected both with the absence of effective economic leverages in development of the wholesale trade at the macroeconomic level and with ineffective management at certain enterprises. The data analysis of financing of innovative development among the investigated trade enterprises showed a low level of financial support of innovations at the wholesale trade enterprises. In spite of a high growth rate of financing of innovation projects of development of the wholesale trade enterprises, the total sum of money spent for financing is thrice lower than that of financing of the retail trade enterprises. The research of the foreign experience of introducing wholesale trade innovations and innovation projects which are used at the retail enterprises enabled to distinguish main directions of innovation activity of the wholesale trade enterprises. It is determined that the enterprises of this sphere need introduction of specific technological and non-technological innovation transformations. These transformations may concern product strategy, marketing strategy, technological strategy and other innovative business-models, as well as improvement of the existing business-strategies or introduction of the new ones. It is proved that taking into consideration the main economic essence of functioning of the wholesale trade enterprises, namely mediation between producers and dealers, main innovative

changes at these enterprises may be connected with the technical and engineering development and creation of new client-oriented business-models.

Трубей О. Н. Инновационное развитие предприятий оптовой торговли.

Статья посвящена обоснованию необходимости внедрения инструментов инновационного развития в деятельности предприятий оптовой торговли. В процессе исследования осуществлён анализ современных параметров и результативных показателей деятельности предприятий, которые работают в сфере оптовой торговли. Это позволило определить круг проблем их функционирования, которые связаны, как с отсутствием действенных государственных экономических рычагов регулирования сферы оптовой торговли, так и с малоэффективным менеджментом на отдельных предприятиях. Анализ объёмов финансирования на инновационное развитие по обследованным торговым предприятиям Украины выявил низкий уровень финансового обеспечения инноваций на предприятиях оптовой торговли. Несмотря на опережающие темпы роста объёмов финансирования инновационных проектов развития оптовых предприятий, общая сумма финансирования втрое меньше, нежели на предприятиях розничной торговли. Изучение зарубежной практики внедрения инноваций в сфере оптовой торговли и инновационных проектов, которые используются на предприятиях розничной торговли, позволило обозначить основные направления инновационной деятельности на оптовых торговых предприятиях. Определено, что предприятия этой отрасли требуют внедрения специфических инновационных преобразований, как технологического, так и нетехнологического характера. Эти преобразования могут касаться, как товарной, маркетинговой, технологической либо любой другой стратегии предприятия, так и усовершенствования или внедрения новых инновационных бизнес-моделей развития. Доказано, что с учетом основного экономического содержания деятельности предприятий оптовой торговли – посредничества между товаропроизводителями и розничными торговцами, основные инновационные изменения на этих предприятиях должны касаться технико-технологического развития и формирования новых клиентоориентированных бизнес-моделей.

Постановка проблеми. Сучасний стан розвитку економіки України характеризується загальним спадом обсягів національного виробництва та кризовими явищами у всіх сферах економічної діяльності. Однією з найбільш кризово-стійких галузей національної економіки є внутрішня торгівля. Попри складну політичну і економічну ситуацію ця галузь характеризується незначним спадом результативних показників діяльності, порівняно з іншими галузями, а розвиток роздрібної торгівлі взагалі демонструє позитивні тенденції. Таким чином стає очевидним фактор зростання роздрібного товарообороту за рахунок продажу імпортової продукції та збільшення цінового фактору. Така ситуація не сприяє нормальному функціонуванню та розвитку внутрішнього ринку України. Вирішення даної проблеми знаходиться, в тому числі, в площині підвищення ефективності діяльності підприємств оптової торгівлі, які здатні організувати оптимальний товарорух на ринку та забезпечити реалізацію економічних інтересів, як товаровиробників так і роздрібної торгівлі. Виконання такої задачі вимагає від оптовиків вдосконалення діючої практики та пошуку нових, нетрадиційних шляхів та методів ведення бізнесу. Абсолютно очевидним є факт, що оптова торгівля давно потребує інноваційних перетворень, оскільки характеристика сучасного стану її розвитку свідчить про наявність серйозного дисбалансу між потребами нової економіки і організаційно-технічними можливостями оптової ланки [1]. У цілому, за даними вибіркового обстеження, проведеного Державною службою статистики України у 2008–2010 рр., лише 20,6 % обстежених підприємств оптової торгівлі були інноваційно активними [2]. Такий показник є вкрай низьким і свідчить про невикористані потенційні можливості підприємств оптової торгівлі щодо застосування інструментів інноваційного розвитку. Підсилення ролі інноваційних перетворень в сфері оптової торгівлі продиктоване також незадовільними фінансовими показниками діяльності підприємств оптової торгівлі. Протягом 2010-2012 рр. більше третини загальної кількості оптових підприємств були

збитковими [3, с.499].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми функціонування та розвитку підприємств оптової торгівлі знаходяться в полі наукових інтересів таких вітчизняних вчених, як: В.В. Апопій, В.Д. Лагутін, Н.О. Голошубова, В.М. Торопков, М. П. Балабан, Ю.Ю. Юрченко та інших. Особливу увагу ці вчені приділяють організаційно-економічним аспектам діяльності підприємств оптової торгівлі та визначенню пріоритетних засад державного регулювання сфери оптової торгівлі. Питанням використання інновацій в сфері торгівлі та ефективності їх запровадження присвячені роботи: Л.О. Лігоненко, І.М. Підкамінного І.О. Совершенної, М.С. Молодожені, Т.В. Жук та інших, однак ці напрацювання як правило стосуються сфери роздрібно торгівлі.

Виокремленні невирішеної проблеми. Шляхи, методи та напрямки інноваційного розвитку підприємств оптової торгівлі в Україні досліджено вкрай мало. Цей вид економічної діяльності потребує обґрунтування специфічних інноваційних перетворень, як технологічного так і нетехнологічного характеру. Це дозволить підприємствам оптової торгівлі на більш високому якісному рівні виконувати покладені на них функції і підвищити свою конкурентоспроможність на товарному ринку.

Мега статті полягає у визначенні та обґрунтуванні основних напрямів (альтернатив) інноваційної діяльності підприємств оптової торгівлі, що здатні забезпечити їх сталий економічний розвиток.

Результати дослідження. Аналіз основних показників функціонування підприємств оптової торгівлі за останні роки свідчить про суттєві проблеми здійснення бізнесу в цій галузі. Це пов'язано, як з відсутністю дієвих економічних важелів розвитку цієї сфери торгівлі на рівні державного регулювання так і з малоєфективним менеджментом на окремих підприємствах. Так, кількість підприємств оптової торгівлі з року в рік зменшувалася і становила у 2012 р.- 75 219 одиниць, що на 4 555 одиниць менше відповідного показника 2010 р. У структурі підприємств переважають дрібні фірми з кількома працівниками, що не володіють належною матеріально-технічною базою, частка таких підприємств складає більше 94% загальної кількості [3].

Важливим аспектом, що характеризує результативність оптової торговельної діяльності є показник загального обороту підприємств оптової торгівлі. Так, обсяг оптового товарообороту в цілому по Україні протягом 2009-2013 рр. має тенденцію до зменшення. Хоча, у 2012 р. темпи скорочення призупинилися, у 2013 р. знову відбулися негативні зміни (- 18,5 млрд. грн. до 2012 р.) [4; 5].

Ще однією важливою характеристикою розвитку суб'єктів оптової торгівлі є оцінка їх матеріально-технічного потенціалу. Базою такого дослідження є показники, що характеризують наявність та забезпеченість цих суб'єктів господарювання складською площею. Аналіз загальної складської площі дозволяє констатувати, що протягом останнього періоду існувала тенденція щодо її зменшення [5; 6]. Так, середній темп щорічного скорочення даного показника протягом п'яти років становить близько 10%. Загальна складська площа у 2013 р. зменшилася відносно 2009 р., на 4 384,2 тис. м², або на 32,1%, а площа закритих складів на 2 264,2 тис. м² або на 23,8%. Скорочення складської площі розглядається, виключно, як негативний фактор, що перешкоджає виконанню таких важливих функцій оптової торгівлі, як зберігання та підсортування товарів, трансформація виробничого асортименту у торговий.

Негативні тенденції можна спостерігати і щодо показників фінансового стану підприємств оптової торгівлі. Так, щорічно погіршуються показники їх ділової активності (протягом 2010-2012 рр. період обертання товарних запасів збільшився майже на 7 днів, а коефіцієнт обертання зменшився на 3 пункти). Рентабельність діяльності суб'єктів оптової торгівлі теж знижується. У 2012 р. цей показник становив лише 1,4% проти 4,1% у 2011р. [3].

Все це свідчить про об'єктивну необхідність запровадження інноваційних змін у діяльності підприємств оптової торгівлі, які мають бути направлені на подолання

кризових явищ в діяльності окремих підприємств та формування цивілізованого, сучасного інституту торговельного посередництва.

Попередні дослідження свідчать, що інновації в оптовій торгівлі мають значно менші обсяги фінансування ніж на підприємствах роздрібною торгівлі (табл. 1).

Попри випереджаючи темпи росту обсягів фінансуванні інноваційних проектів розвитку оптових підприємств, загальна сума фінансування на цих підприємствах втричі менша ніж по підприємствах роздрібною торгівлі.

Так, у 2011 р. на одне підприємство оптової торгівлі припадало 337,8 тис. грн. такого фінансування, тоді як одне підприємство роздрібною торгівлі витратило на інноваційний розвиток в середньому 1 198,0 тис. грн. Така ситуація може бути викликана, як обмеженими фінансовими можливостями так і низьким рівнем зацікавленості (чи усвідомлення) керівників суб'єктів оптової торгівлі у інноваційних змінах. До основних проблем, що не дозволяють підприємствам оптової торгівлі повною мірою запроваджувати інновації, фахівці відносять: обережність у сприйнятті інновацій і побоювання пов'язані з ризиками; не сприйняття інновацій як способу розвитку підприємства; відсутність інноваційної інфраструктури.

Таблиця 1 - Динаміка загальної суми фінансування на інноваційний розвиток за видами торговельної діяльності по обстежених торговельних підприємствах України у 2009–2011 рр. [6].

Підприємства за видами торговельної діяльності	Кількість обстежених підприємств, од.	Обсяг фінансування, тис. грн.			Темп росту 2011 р. / 2009 р., %
		2009 р.	2010 р.	2011 р.	
1. Оптові					
1.1 загальна сума фінансування	16	2 268,5	3 595,1	5 404,9	238,3
1.2 у розрахунку на 1 підприємство		141,8	224,7	337,8	
2. Роздрібні					
2.1 загальна сума фінансування	14	14 294,7	13 467,3	16 771,7	117,3
2.2 у розрахунку на 1 підприємство		1 021,0	962,0	1 198,0	
3. Оптово-роздрібні					
3.1 загальна сума фінансування	20	20 215,1	25 476,7	40 207,3	198,9
3.2 у розрахунку на 1 підприємство		1 010,8	1 273,8	2 010,4	
В цілому по обстеженим підприємствам					
загальна сума фінансування	50	36 778,3	42 539,1	62 383,9	169,6
у розрахунку на 1 підприємство		735,6	850,8	1 247,7	

Однак, розвиток ринкових відносин, підсилення інтеграційних та глобалізаційних процесів в економіці, підвищення вимог товаровиробників та торгівлі до якості послуг та сервісного обслуговування, примушують вітчизняних оптовиків до запровадження інновацій. З урахуванням світового досвіду функціонування оптового торговельного бізнесу, інновацій, що вже широко використовуються в роздрібній торгівлі, можна запропонувати напрями інноваційного розвитку підприємств оптової торгівлі. Ці напрям варто пов'язати з чотирма типами інновацій: продуктова, процесова, маркетингова та організаційна, що

закріплені у положеннях «OSLO» секретаріатом та експертами ОЕСР спільно з Фондом розвитку промисловості країн Північної Європи [7].

Так, *продуктові інновації* є впровадженням товару або послуги, що є новими або значно поліпшеними за його властивостями або способами використання. Сюди входять значні вдосконалення в технічних характеристиках, компонентах і матеріалах, у вбудованому програмному забезпеченні, у рівні сумісності з користувачем або в інших функціональних характеристиках. Впровадження таких новацій є надзвичайно важливим для оптових торговельних підприємств, більшість яких працює з традиційним усталеним асортиментом товарів, що не завжди збігається з сучасними тенденціями розвитку споживчого ринку та досягненнями науково-технічного прогресу. Ці фактори вимагають суттєвого коригування товарної стратегії оптових торговельних підприємств, саме за рахунок інноваційних товарів. Продуктові інновації можуть стосуватися не лише складно-технічних товарів чи інших видів непродовольчих товарів, а й продуктів харчування, оскільки все більшої актуальності набуває споживання екологічно чистої, органічної, безпечної для здоров'я продукції. Реалізації продуктових інновацій вимагає детального вивчення особливостей споживчого попиту і пошуку відповідних джерел закупівлі інноваційних товарів.

Процесові інновації є впровадженням нового або значно поліпшеного способу виробництва або доставки продукту. Сюди входять значні зміни в технології, виробничому устаткуванні й/або програмному забезпеченні. Застосування такого роду інновацій є вкрай необхідним для підприємств оптової торгівлі, з огляду на низький рівень їх техніко-технологічного оснащення, щодо складської обробки товарів та формування партій поставок. Основними векторами процесових інновацій на оптових торговельних підприємствах мають бути: по-перше модернізація або заміна вантажно-розвантажувального обладнання; по-друге удосконалення або запровадження систем автоматизованої обробки даних щодо складського товароруху. Запровадження таких інновацій створює засади для підвищення рівня механізації та автоматизації складських операцій; продуктивності праці персоналу; ефективності господарської діяльності суб'єктів оптової торгівлі. Прикладом такої інновації може служити проект автоматизованого складського комплексу для м'ясопродуктів, розробленого німецькою фірмою Westfalia Storage Systems за замовленням компанії Beef Products Ins. (США) – світового виробника консервованих і заморожених м'ясних продуктів [8, с.186].

Щодо маркетингових інновацій, які передбачають впровадженням нового методу продажу, включаючи значні зміни в дизайні або упаковці продукту, його складуванні, просуванні на ринок або в призначенні продажної ціни, що націлені на краще задоволення потреб споживача, то їх використання на оптових торговельних підприємствах має стосуватися в першу чергу удосконалення діючих або побудови нових бізнес-моделей. Створення таких бізнес-моделей, на думку К. Маркідеса [9, с.12], має відбуватися не на спробі конкурувати на ринку з діючими гравцями за усталеними правилами, а у запровадженні власної бізнес-ідеї, що змінює існуючі правила гри. Такі новації, передусім, повинні мати клієнтоорієнтований характер, а власники бізнесу мають сформулювати новий погляд на свій бізнес, переглянути портрет клієнта, здійснити пошук нових клієнтів. Подібні бізнес-моделі завойовують ринок за рахунок нових цінностей, відмінних від тих, що пропонують конкуренти, що в свою чергу дозволяє залучити нових клієнтів, які не були клієнтами підприємств, що вже давно працюють на ринку.

Специфіка бізнесу в сфері оптової торгівлі відкриває для таких новацій значні можливості. В якості прикладу можна навести бізнес-модель оптових центрів Cash & Carry, які покликані забезпечити оптовому покупцеві увесь необхідний для його бізнесу асортимент, що можна отримати з одних рук зі значними знижками.

Організаційна інновація є впровадженням нового організаційного методу в діяльності підприємства, в організації робочих місць або зовнішніх зв'язків. Такий тип інновацій має безпосередній зв'язок з запровадженням нових бізнес-моделей. Оскільки, часто проблема полягає не в створенні бізнес-моделі, а в подоланні організаційних перешкод, що гальмують процес їх запровадження.

Висновки та пропозиції. Сучасний розвиток конкурентних відносин, доводить необхідність безперервного удосконалення діяльності кожного суб'єкта ринку. Це в повній мірі стосується функціонування інституту оптового торговельного посередництва. Запровадження новацій в діяльності оптових торговельних підприємств є дієвим та ефективним інструментом їх подальшого розвитку. Такого висновку мають дійти, як керівники так і топ-менеджери таких підприємств. Суб'єкти оптової торговельної діяльності фактично приречене на програш в конкурентній боротьбі без застосування інновацій. Ці інновації можуть стосуватися як окремих параметрів загальної стратегії розвитку, так і формування нових бізнес-моделей, що як правило, призводять до значного економічного ефекту. Такі підходи до ведення бізнесу у сфері оптової торгівлі передбачають обов'язкову концентрацію на потребах клієнта (вже існуючих або виявлених), наявність відповідних фінансових ресурсів і креативного мислення керівників.

Список використаних джерел:

1. Юрченко Ю.Ю. Концептуальні напрямки розвитку підприємств оптової торгівлі / Ю.Ю. Юрченко // Економіка України. – 2009. – № 12. – С. 77–82.
2. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: статистичний збірник. / [відп. за вип. І.В. Калачова]. – К., 2012. – 305 с.
3. Діяльність суб'єктів господарювання. 2012 р. : статист. зб. – К. : Держкомстат України, 2013. – 841 с.
4. Продаж і запаси товарів (продукції) в оптовій торгівлі за 2012 р. : стат. зб. – К. : Державна служба статистики України, 2013. – 30 с.
5. Продаж і запаси товарів (продукції) в оптовій торгівлі за 2013 р. : стат. зб. – К. : Державна служба статистики України, 2014. – 29 с.
6. Заварзіна Т.В. (Жук Т.В.) Дослідження тенденцій обсягу фінансування інноваційного розвитку підприємств торгівлі України / Т.В. Заварзіна // Сталий розвиток економіки. – 2012. – № 6 (16). – С. 336–339.
7. Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data: Oslo Manual. – Paris: OECD, Eurostat, 2002. – 94с. ; The Proposed Standart Practice for Surveys of Research and Experimental Development, Frascati Manual. – Paris: OECD, 2002. –276р.
8. Голошубова Н.О. Оптова торгівля: організація та технологія : навч.посібник. / Н.О. Голошубова, В.М. Торопков. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 256 с.
9. Маркидес К. Новая модель бизнеса: Стратегии безболезненных инноваций / Константинос Маркидес; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблицерз : Издательство Юрайт, 2010. – 298 с.

Ключові слова: оптова торгівля, інновації, техніко-технологічний розвиток, інформаційні технології, бізнес-моделі.

Ключевые слова: оптовая торговля, инновации, технико-технологическое развитие, информационные технологии, бизнес-модели

Keywords: wholesale trade, innovations, technical and engineering development, information technologies, business-models.