

Міщук А. І.,
аспірант, Львівська комерційна академія, м. Львів

НЕОБХІДНІСТЬ ТА ПЕРЕДУМОВИ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ

Анотація. У статті представлено проблеми впровадження інноваційних технологій у підприємствах торгівлі. Враховуючи мету дослідження, обґрунтовано необхідність інноваційного розвитку торговельних підприємств. Розглянуто різновиди інноваційних технологій у торгівлі та передумови їх застосування. Висвітлено основні напрямки НТП в торгівлі. Виокремлено особливості електронізації торговельних операцій у традиційній та електронній торгівлі. Подальші дослідження повинні бути орієнтовані на розробку організаційно-економічних механізмів реалізації інновацій (інноваційних технологій) у підприємствах торгівлі, визначення їх функцій та важелів.

Ключові слова: інновація, інноваційна технологія, передумови застосування інноваційних технологій, електронізація торговельних операцій, електронна торгівля.

Mishchuk A. I.,
Postgraduate, Lviv Academy of Commerce, Lviv

THE NECESSITY AND PRECONDITIONS OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES USE IN TRADING ENTERPRISES

Abstract. The article presents the problems of introduction of innovative technologies in trading enterprises. Considering the purpose of the research, the necessity of commercial enterprises innovative development is grounded. The variety of innovative technologies in trade and conditions of its use are examined. The basic directions of STP in trade are revealed. Features of trade operations electronization in traditional trading and electronic trading are revealed. Further research should focus on the development of organizational and economic mechanisms for developing of innovation (innovative technologies) in trading enterprises, determination of their functions and levers.

Keywords: innovation, innovative technology, innovative technology applying pre-conditions, trade operations electronization, electronic trading.

Постановка проблеми. Формування економіки інноваційного типу характерне для ринкових економічних систем. Однією з особливостей економічної системи інноваційного типу є те, що її формування здійснюється в умовах технологічної революції, яка характеризується істотним зниженням вартості й підвищенням якості продукції, розширенням асортименту продукції та її доступності для більшості споживачів; швидким поліпшенням технічних характеристик систем машин і технологічних процесів; соціальним і політичним сприйняттям нових технологічних систем; відповідністю економічних та інституційних змін властивостям нових технічних систем; сильним впливом новацій на всю економічну систему.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Термін “інновація” у сучасній економічній літературі традиційно пов’язаний з найновішим способом мислення, новітніми системами освіти, науковими теоріями, новими засобами і способами виробництва, новими системами управління виробництвом і

працею, новою продукцією тощо. Він використовується до будь-якої новації як у виробничій, так і в організаційній, фінансовій, науково-дослідній, навчальній та інших сферах, до будь-яких вдосконалень, що забезпечують економію витрат або створюють умови для такої економії. У найбільш систематизованому вигляді різні погляди науковців на поняття “інновація” узагальнили Н. Чухрай та Р. Патора, які виділили декілька принципових варіантів зазначених трактувань [3].

Загалом можна стверджувати, що у вітчизняних наукових дослідженнях переважає думка, що “інновація являє собою техніко-економічний процес, який завдяки практичному використанню продуктів розумової праці – ідей і винаходів, приводить до створення кращих за властивостями нових видів продукції та нових технологій”, а “нововведення – це процес доведення наукової ідеї до технічного винаходу, до стадії практичного використання, що приносить дохід” [9].

Проблеми та особливості інноваційної діяльності підприємств вивчали вітчизняні та зарубіжні

вчені Л. Антонюк, Б. Заблоцький, В. Захарченко, В. Зянько, С. Ілляшенко, М. Йохіна, О. Кузьмін, В. Новиков, І. Павленко, А. Поручник, В. Трифілов та ін., але ці дослідження не акцентували на впровадженні інноваційних технологій у торговельних підприємствах.

Постановка завдання. Метою статті є узагальнення наукових поглядів щодо сутності інноваційних технологій у торгівлі, визначення необхідності та передумов їх застосування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інноваційний тип економічної системи має принципові відмінності й зорієнтований на споживача, тобто валовий випуск продукції, його обсяг і структура формуються відповідно до обсягу і структури попиту. Виробники намагаються підвищити якісні параметри продукту, наблизити його структуру до потреб виробництва і населення, розширити асортимент до вимог вікової і статеві структури населення. Тому інноваційного спрямування потребує і торгівля як сфера реалізації попиту населення, з одного боку, та суспільного визнання виробництва товарів, – з іншого. У широкому розумінні інновацію в торгівлі розглядають як результат творчої діяльності, спрямованої на створення та імплементацію нових технологій та організаційних форм торговельної діяльності.

В сучасних умовах інноваційно-інвестиційний розвиток та розвиток НТП має комплексний характер, а це стосовно торгівлі означає вдосконалення технологій та організації всього наскрізного технологічного ланцюга товаропросування, оновлення та переоснащення матеріально-технічної бази на основі застосування систем машин та обладнання, раціоналізації процесів обслуговування покупців – і все це слід проводити цілеспрямовано, на основі єдиної технічної політики, орієнтуючись на впровадження сучасних індустріально орієнтованих прогресивних технологій із урахуванням специфіки умов функціонування торгівлі.

Традиційно в якості основних напрямків НТП у торгівлі визначають: механізацію та автоматизацію вантажно-розвантажувальних і транспортно-складських робіт; індустріалізацію процесів транспортування товарів, зокрема із застосуванням тари-обладнання та малогабаритних автомобільних колісних контейнерів; створення єдиного холодильного технологічного ланцюга виробництва, зберігання і доставки швидкопсувних продуктів; підготовку товарів до продажу за допомогою сучасних пакувальних, фасувальних, етикетувальних машин та автоматів; автоматизацію процесів оптового і роздрібно-продажу товарів; автоматизацію контрольно-касових операцій; комп'ютеризацію та впровадження автоматизованих систем управління в підприємствах; впровадження безготівкових форм розрахунків; відновлення сучасних, т.зв. прогресивних форм і методів продажу товарів; впровадження прогресивних рішень на стадії проектування торгових об'єктів.

Фахівці відзначають, що впровадження науково-технічного прогресу тісно пов'язане із здійсненням таких заходів, як: інтенсивний розвиток прогресивних технологій, найбільш ефективних форм і методів торговельного обслуговування; будівництво торговельних підприємств індустріальними методами, яке створює умови для впровадження автоматизації й комплексної механізації торгово-технологічних процесів та застосування прогресивної торгової технології; розвиток і вдосконалення наукової організації праці, яка стимулює впровадження досягнень НТП і є обов'язковою умовою його використання.

До прогресивних технологій у торгівлі традиційно відносять:

- індустріальні технології товаропросування, які базуються на створенні наскрізного технологічного ланцюга товаропросування з використанням контейнерних, пакетних перевезень та інших сучасних товароносіїв;

- наскрізні автоматизовані технології холодильної обробки швидкопсувних товарів, що тісно пов'язані з використанням сучасних видів холодильного транспорту і холодильного торговельного обладнання;

- індустріально організовані технологічні процеси складського зберігання та обробки товарів у підприємствах оптової торгівлі, які базуються на механізації та автоматизації трудомістких робіт, розподілі праці між окремими категоріями складських робітників та застосуванні потокових принципів організації складської переробки товарів;

- прогресивні технології продажу товарів і нові форми організації обслуговування покупців у роздрібній торгівлі (самообслуговування);

- автоматизовані технології продажу товарів через торгові автомати;

- сучасні технології здійснення розрахунково-касових операцій на основі застосування ЕРРО і касових терміналів;

- технології продажу товарів із здійсненням автоматизованого зчитування інформації штрихового кодування з метою обліку та управління товарними запасами та управління товаропросуванням;

- індустріальні технології попередньої підготовки товарів до продажу із застосуванням сучасних видів фасувально-пакувального, різального та етикетувального обладнання [3, с. 30-31].

Як видно з таблиці 1, перелік прогресивних технологій не збігається з переліком основних напрямків НТП; останні, як правило, є лише умовами застосування прогресивних технологій у торгівлі. Більше того, реальний інноваційний розвиток економіки та, зокрема – сфери торгівлі, характеризується появою явищ та процесів інноваційного характеру, які не вписуються в традиційні теорії та класифікації, але реально і кардинально впливають на діяльність усіх суб'єктів ринку товарів і послуг.

Прогресивні технології в торгівлі та передумови їх застосування

Прогресивна технологія	Передумови застосування
Індустріальна технологія товаро-просування	– створення наскрізного технологічного ланцюга товаро-просування; – застосування пакетних, контейнерних перевезень, інших сучасних товароносіїв; – механізація працездатних вантажно-розвантажувальних робіт і розробка системи машин; – індустріалізація попередньої підготовки товарів до продажу
Наскрізна автоматизована технологія холодильної обробки швидкопсувних продуктів	– створення наскрізного холодильного ланцюга; – застосування пакетних, контейнерних перевезень, інших сучасних товароносіїв; – застосування сучасних видів холодильного транспорту
Прогресивні технології торговельного обслуговування покупців у роздрібній торгівлі	– застосування пакетних, контейнерних перевезень, інших сучасних товароносіїв; – організація попередньої підготовки товарів до продажу; – наукова організація праці; – автоматизація контрольно-касових операцій; – будівництво сучасних об'єктів роздрібно торгівлі, їх раціональне улаштування і планування
Автоматизовані технології продажу товарів через торговельні автомати	– застосування сучасних видів торговельних автоматів; – попереднє фасування штучно-вагових товарів із наданням їм певної геометричної форми (в т.ч. – довільної); – відповідність цін за одиницю товару номіналам грошових знаків; – організація експлуатації та обслуговування торговельних автоматів
Сучасні технології здійснення розрахунково-касових операцій і безготівкових розрахунків	– автоматизація розрахункових операцій; – впровадження магазинних та банківських пластикових карток; – застосування прогресивних методів продажу товарів; – наукова організація праці торгового персоналу
Технологія продажу товарів із здійсненням автоматизованого зчитування інформації штрихового кодування	– організація штрихової ідентифікації товарів; – впровадження сучасних видів обладнання вузлів розрахунку (сканери, касові термінали, комп'ютери); – організація АСУ торгівлі
Індустріальні технології попередньої підготовки товарів до продажу	– застосування сучасних видів машин і обладнання; – механізація та автоматизація праці; – застосування прогресивних методів продажу товарів; – наукова організація праці торгового персоналу

Провідне місце в переліку інноваційних технологій у даний час займає технологія електронізації торговельних операцій, що знаходить свій прояв у бурхливому розвитку електронної комерції та активному використанні в процесах безпосереднього торговельного обслуговування споживачів у торгівлі за традиційними магазинними формами можливостей електронних реєстраторів розрахункових операцій із одночасною активізацією технологій безготівкових розрахунків.

Саме електронізацію торговельних операцій вважають центральною складовою електронної комерції та електронної торгівлі такі відомі вчені, як А. Summer та Gr. Dunkan, які стверджують, що "...електронна комерція – це будь-яка форма бізнес-процесу, в котрому взаємодія між суб'єктами відбувається електронним способом (з використанням Інтернет-технологій); а електронна торгівля трактується ними як процес купівлі-продажу товарів або послуг, в котрому весь цикл комерційної транзакції або її частина здійснюється електронним способом" [11, с. 15, 18]. Подібної точки зору дотримуються і російські науковці В. Царьов та А. Канторович, які вказують на визначальні особливості електронної комерції, що передбачає здійснення будь-яких форм ділових операцій електронним способом та з використанням різноманітних телекомунікаційних технологій [8, с. 33-34].

На інноваційному характері електронної комерції наголошує і А. Копачев, за визначенням якого електронна комерція – "це будь-який вид ділових операцій та угод, які передбачають використання найбільш передових інформаційних технологій та комунікаційних середовищ з метою забезпечення більш високої економічної ефективності в порівнянні з традиційними видами комерції" [4, с. 9].

Л. Радкевич, І. Луговська, О. Кужилева також вказують, що електронна комерція – "...це електронна економічна діяльність, яка забезпечує повний цикл бізнес-процесів, ділових операцій та угод, які містять у собі замовлення товарів (послуг), проведення платежів, доставку товарів (послуг) та інші угоди, які передбачають використання передових інформаційних технологій і комунікаційних середовищ з метою забезпечення більш високої економічної ефективності, ніж при використанні традиційних видів комерції" [6, с. 9].

Узагальнюючи дані погляди науковців, робимо висновок про певний дуалізм інноваційності електронної комерції, що сама виступає як управлінсько-організаційна і в той же час - реалізаційно-маркетингова, а конкретніше – торговельна інновація, яка передбачає зміни у всіх міжфірмових та внутрішньофірмових функціях (маркетинг, фінанси, виробництво, продажі, ділові комунікації, що сприяють здійсненню комерційних угод), у системі організації збуту продукції підприємства на внутрішньому і

зовнішньому ринках шляхом запровадження нових форм і методів взаємовідносин із постачальниками і замовниками, створення нових форм торгівлі, зокрема інтернет-магазинів і т.д. У той же час в її основу покладена електронізація основного торгово-технологічного процесу, яка за своїм характером може бути визначена як виробничо-потенційна, а конкретно – техніко-технологічна інновація, пов'язана насамперед із запровадженням нових технічних засобів і технологій, зокрема електронною поштою, інтернет-порталами, е-аукціонами, інтернет-магазинами та віртуальними запасами в них.

Разом з тим, сама по собі реалізація інновації, пов'язаної з здійсненням електронної комерції, ще не гарантує безумовного успіху тим суб'єктам господарювання, які вирішили зайнятися нею. За даними професійного сайту allretail.ua, понад 70% інтернет-підприємців завершують свій шлях крахом, а лише 11% нових інтернет-магазинів працюють більше від п'яти років [7].

Поряд з тим, електронізація торговельних операцій як інновація має місце і в сфері традиційної торгівлі, де вона забезпечує вдосконалення центрального процесу торговельної діяльності – продажу товару і розрахунків за нього. Реалізація цієї інновації передбачає використання сучасних видів електронних реєстраторів розрахункових операцій та розрахункових терміналів у поєднанні з ваговимірними комплексами, сканувальною технікою, платіжними терміналами. Необхідно зазначити, що в Україні до цього часу запровадження зазначеного розрахункового обладнання сприймається виключно в контексті фіскального тиску держави на підприємців та підприємства торгівлі, незважаючи на ті переваги, які забезпечує використання ЕРРО для власника торговельного підприємства чи магазину, а також для покупців товарів у торговельних об'єктах. Так, за твердженням керівника департаменту ритейлу System Group O. Кухтіної, власник магазину у випадку застосування сучасного ЕККА отримує можливість: контролювати персонал та забезпечувати отримання коштів за всі продані товари (адже реєстрація всіх покупок на касовому апараті унеможливує практику реалізації персоналом товарів нелегального походження); спростити бухгалтерський облік (друк Z-звіту, облік грошей); автоматизувати товарний облік (зняття залишків); запроваджувати системи лояльності; прискорити обслуговування покупців (завдяки паралельному запровадженню технологій ідентифікації продажу товарів на основі зчитування інформації штрихового кодування, програмування цін, використання безготівкових розрахунків завдяки застосуванню платіжних карток тощо); спростити звітність у ДФС; здійснювати віддалене управління всією торговельною мережею (в тому числі щодо цін та асортименту товарів) [5]. Натомість для покупця товарів, реалізованих із використанням ЕРРО, основною перевагою стане розширення меж захисту його прав як споживача, адже основним документом, з допомогою якого покупець може довести факт придбання товарів у конкретного торговця, в Україні вважається саме касовий

чек. Коли зважити на те, що, за оцінками Economist Intelligence Unit, у 2014 р. обсяги ринку роздрібною торгівлі склали понад 903,5 млрд. грн., з яких близько 50% становила частка т.зв. неорганізованої торгівлі [10], суб'єкти якої працюють без ЕРРО, то гігантські масштаби тіньової торгівлі та беззахисності українських споживачів стають доволі очевидними, як очевидним має стати і усвідомлення роздрібними торговцями того факту, що запровадження касового обслуговування із застосуванням інноваційного за своїм характером розрахункового обладнання стає вимогою часу та вимогою суспільства.

Проте реалії вітчизняної торгівлі в плані запровадження інновацій та, зокрема, інноваційних торговельних технологій, відображають невтішну картину. Як зазначають Я. Антонюк та І. Орлик, "...невисокі обсяги інноваційної та інвестиційної діяльності вітчизняних підприємств роздрібною торгівлі значною мірою обумовлені об'єктивними чинниками недосконалості зовнішнього середовища, слабкості державної, інституційної та партнерської підтримки, обмеженості внутрішнього і зовнішнього фінансово-інвестиційного забезпечення" [1, с. 12].

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Подальше зростання інноваційної активності підприємств торгівлі пов'язане зі збалансуванням джерел (за рахунок власних коштів підприємств, коштів партнерів, державної підтримки органів влади) та збільшенням обсягів фінансування інноваційної діяльності, ширшим залученням персоналу до заходів із розробки і прийняття нових ефективних рішень в організаційній, управлінській, маркетинговій діяльності, при вдосконаленні торгово-технологічного процесу, пошуком і включенням до асортименту нових товарів, які мають інноваційну складову або виготовлені з використанням інноваційних технологій [1, с. 15].

Нагальним питанням є розробка організаційно-економічних механізмів реалізації інновацій (інноваційних технологій) у підприємствах торгівлі, визначення його функцій, засобів та важелів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Антонюк Я. М. Ефективність управління інвестиційно-інноваційним забезпеченням підприємств роздрібною торгівлі / Я. М. Антонюк, І. О. Орлик // Торговля, комерція, підприємництво : зб. наук. праць. – Львів : Видавництво ЛКА, 2014. – Вип. 17. – С. 12-15.
2. Говоруха Ж. А. Питання розвитку інноваційної діяльності підприємств України / Ж. А. Говоруха // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 8. – С. 107-110.
3. Дашков Л. П. Организация, технология и проектирование торговых предприятий : учеб. / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц. – [5-е изд., перераб. и доп.]. – М. : ИТД "Дашков и К", 2003. – 520 с.
4. Копачев А. А. Электронная коммерция как фактор инновационного развития деятельности пред-

приятія : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. экон. наук : спец. 08.00.05 “Экономика и управление народным хозяйством” / А. А. Копачев. – СПб., 2009. – 19 с.

5. Кухтина Е. РРО и эквайринг: шаги на пути к прозрачному денежному обращению [Электронный ресурс] / Е. Кухтина. – Режим доступа : <http://systemgroup.com.ua/ru/content/vse-chto-vy-hoteli-znat-ob-rro-i-ekvayringe-v-doklade-systemgroup-na-forume-budushchee-gynka>.

6. Радкевич Л. А. Стратегія розвитку Інтернет-торгівлі торгової мережі на ринку ІТ-техніки : моногр. / Л. А. Радкевич, І. А. Луговська, О. В. Кужилова. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. – 248 с.

7. 70% интернет-магазинов заканчивают свою деятельность провалом [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://allretail.ua/topics/41468/>

8. Царев В. В. Электронная коммерция / В. В. Царев, А. А. Кантарович. – СПб. : Питер, 2002. – 320 с.

9. Чухрай Н. І. Товарна інноваційна політика : підруч. / Н. І. Чухрай, Р. В. Патора. – К. : КОНДОР, 2006. – 398 с.

10. Шамрицкая О. Внедрение РРО – путь к детенизации рынка или излишнее давление на малых предпринимателей? [Электронный ресурс] / О. Шамрицкая. – Режим доступа : <http://retail.mba.com.ua/2015/06/vnedrenie-rro-put-k-detenzacii-rynka-ili-izlishnee-davlenie-na-malyx-predprinimatelej/>.

11. Summer A. E-Commerce / A. Summer, Gr. Duncan // NYH Publishing. – New York, 1999. – 263 p.

REFERENCES

1. Antoniuk, Ya. M. and Orlyk, I. O. (2014), *Effektivnist' upravlinnia investytsijno-innovatsijnym zabezpechenniam pidpriemstv rozdrubnoi torhivli* [“Effectiveness of management investment and innovation software of retail trading enterprises”], *Torhivlia, komertsii, pidpriemnytstvo*, vol. 17, pp. 12-15.

2. Hovorukha, Zh. A. (2010), *Pytannia rozvytku innovatsijnoi diial'nosti pidpriemstv Ukrainy* [“The question of development enterprise innovation activity in Ukraine”], *Aktual'ni problemy ekonomiky*, vol. 8, pp. 107-110.

3. Dashkov, L. P. and Pambuhchijanc, V. K. (2003), *Organizacija, tehnologija i proektirovanie torgovyh predpriyatij* [Organization, technology and projecting of trading enterprises], 5th ed, ITD “Dashkov i K”, Moscow, Russia.

4. Kopachev, A. A. (2009), *Jelektronnaja kommercija kak faktor innovacionnogo razvitija dejatel'nosti predpriyatija* [“Electronic commerce as a factor of innovation development enterprise activity”], E. C. Thesis, *Economics and management of national economics*, St. Petersburg, Russia.

5. Kuhtina, E. “RRO i jekvajring: shagi na puti k prozrachnomu denezhnomu obrashheniju” [Online], available at : <http://systemgroup.com.ua/ru/content/vse-chto-vy-hoteli-znat-ob-rro-i-ekvayringe-v-doklade-systemgroup-na-forume-budushchee-rynka>

6. Radkevych, L. A. Luhov'ska, I. A. and Kuzhylieva, O. V. (2010), *Stratehiia rozvytku Internet-torhivli torhivoi merezhi na rynku IT-tehniki* [The strategy of development internet trade of trade net at IT-technics market], DonNUET, Donetsk, Ukraine.

7. “70% internet-magazinov zakanchivajut svoju dejatel'nost' provalom”, [Online], available at : <http://allretail.ua/topics/41468/>.

8. Carev, V. V. and Kantarovich, A. A. (2002), *Jelektronnaja kommercija* [E-commerce], Piter, St. Petersburg, Russia.

9. Chukhraj, N. I. and Patora, R. V. (2006), *Tovarna innovatsijna polityka* [Trading innovation policy], KONDOR, Kyiv, Ukraine.

10. Shamrickaja, O. “Vnedrenie RRO – put' k detenzacii rynku ili izlishnee davlenie na malih predprinimatelej?”, [Online], available at : <http://retail.mba.com.ua/2015/06/vnedrenie-rro-put-k-detenzacii-rynka-ili-izlishnee-davlenie-na-malyx-predprinimatelej/>.

11. Summer, A. and Duncan, Gr. (1999), *E-Commerce*, NYH Publishing, New York, USA.