

## ІННОВАЦІЇ ЯК ЗАСІБ СТИМУЛОВАННЯ ЗРОСТАННЯ ОБСЯГІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ

**Носач Н.М.**, аспірант

Науковий керівник – канд. екон. наук, проф. **Н.Б. Кашена**  
*Харківський державний університет харчування та торгівлі*

Швидкий розвиток нових технологій впливає на економічний розвиток України і зумовлює запровадження інновацій в усі сфери економічної діяльності, зокрема у торгівлю товарами та послугами. На сучасному етапі розвитку України, після девальвації гривні, залишитися на плаву й ефективно розвиватися можуть тільки ті підприємства, які гнучко пристосовуються до реалій сьогодення, швидко реагують на вимоги ринку, мають добре організоване виробництво конкурентоспроможної продукції, здійснюють ефективне управління персоналом та запроваджують інновації у свою діяльність. Роздрібні підприємства торгівлі, які відрізняються пропозицією товарів, групами споживачів, обсягами продажів, формами оплати за товари, післяпродажним сервісом тощо, потребують розроблення концепції розвитку з урахуванням потреб споживачів та їх задоволення завдяки можливості впровадження інноваційних технологій у сфері торгівлі.

Незважаючи на те, що торгівлю вважають галуззю, яка має невисокий інноваційний потенціал (у порівнянні з високотехнологічними підприємствами), на сучасному етапі її розвитку активно починають застосовуватися передові технології торгівлі та маркетингу, різноманітні інформаційні, технічні та технологічні інноваційні проекти розвитку, які докорінним чином змінюють традиційне уявлення про торговельний бізнес. Основне завдання нововведень в торгівлі – забезпечити високу якість процесів купівлі-продажу і руху товару, торговельного обслуговування та торговельної діяльності в цілому.

Підготовка та впровадження нових технологічних процесів повинні враховувати: вид і тип підприємства торгівлі, вид торговельної структури, суб'єкт торгівлі, матеріально-технічну базу, технологію торгівлі та торговельне обладнання підприємства, технічні засоби, об'єкт торгівлі, процеси купівлі-продажу і рух товару, торговельне обслуговування, стан ринку, життєвий цикл нововведення. Нові технології дозволяють більш ефективно використовувати будівлі, торгові площі, торговельне обладнання, технічні засоби, програмні продукти, а також створювати необхідні умови для зростання

продуктивності праці, зниження витрат і підвищення ефективності роботи організації в цілому.

Підтвердженням інноваційної спрямованості підприємств роздрібною торгівлі служить і думка відомого топ-менеджера у сфері роздрібною торгівлі Е. Блондо, який вважає, що саме торгівля є найкращою сферою для впровадження інновацій. Він виокремлює сім типів інновацій у торговельних підприємствах:

- радикальними інноваціями є значні зміни у сфері інформаційних технологій, що створюють нове джерело конкурентної переваги та змінюють бізнес-модель торговельного підприємства;

- покрововими інноваціями є такі, що послідовно поліпшують умови для споживачів; вони мають незначну технологічну еволюцію;

- соціальними інноваціями є незначні зміни технології при вельми чуттєвій еволюції купівельних звичок;

- технічними інноваціями є незначні зміни, наприклад, спеціальна упаковка виробників, яка дозволяє працівникам магазину без зайвих торгово-технологічних операцій виставляти товари на стелажі, що скорочує витрати та знижує роздрібні ціни;

- революційними інноваціями є такі, що замінюють старі технології новими, здатними зміцнювати існуючі відносини між окремими операторами на ринку;

- локальними інноваціями є нововведення, що утворюються всередині конкретного торговельного сегменту і сприяють руйнуванню комерційних відносин, які вже існують, але при цьому технологія не змінюється;

- архітектурними інноваціями є комерційні відносини та технології складування товарів, а також представлення товарів потенційному покупцеві.

У сфері роздрібною торгівлі України відбувається активне технологічне оновлення роздрібних торговельних об'єктів і впроваджуються нові підходи до здійснення господарської діяльності роздрібними підприємствами торгівлі, які вже зараз не можуть ігнорувати світові тенденції щодо зміни споживчих настроїв.

На традиційну торгівлю впливають цифрові, інформаційні та комунікаційні технології – українські споживачі готові використовувати мобільні додатки ритейлерів і комп'ютери всередині торгових точок, щоб одержувати більше інформації про товари; зростає популярність електронної торгівлі; чверть глобальних онлайн-споживачів зазначають, що замовляють продукти в Інтернеті, більше половини (55%) готові робити це й надалі. Крім того, деякі торговельні мережі починають вже пов'язувати свої бази з профілями клієнтів у

соціальних мережах, їх телефонними номерами, смартфонами для ідентифікації клієнта по IMEI, визначення його максимально довгої цифрової історії в цілях формування найбільш ефективної індивідуальної пропозиції (з урахуванням сімейного стану, кола друзів у соцмережах, роду діяльності, днів народження тощо).

На сферу торгівлі також впливають й демографічні зміни. Скорочення та старіння населення в країні уже негативно впливають на кількість та структуру економічно активного населення, з часом лише зростає їх негативний вплив на економіку та відбувається загострення соціальних питань.

Роздрібні торгові підприємства повинні бути готові до мінливого споживчого ринку. Європейські країни, як і Україна, стикаються з демографічними та економічними змінами, що значно впливатимуть на перспективи зростання і споживання найближчими роками.

Окрім того, потрібно враховувати вплив на поведінку українського споживача економічної, політичної та військової ситуації. У сучасних умовах споживачі прийняли більш раціональну поведінку, яка, швидше за все, збережеться навіть якщо економіка України відновиться. Наслідком є те, що молоді важко отримати стабільну роботу, кожний десятий українець емігрував, більшість молоді залежить від своїх батьків, які самі при досягненні пенсійного віку будуть отримувати малу за розміром пенсію.

Таким чином, основним напрямком діяльності підприємств роздрібної торгівлі є забезпечення потреб населення у споживчих товарах, де великого значення набувають споживчий досвід, переваги, можливості, цінності. Для успішного функціонування сфери торгівлі недостатньо тільки запровадити нові технології, необхідно постійно оновлювати і поєднувати їх всілякі види. Частина нововведень у сфері торгівлі повинна бути прихована від покупця, а інша повинна безпосередньо стосуватися спілкування з потенційним клієнтом, враховувати і, навіть, передбачати його потреби та бажання.