

35000 податкових інспекторів, майже 96 відсотків послуг в області оподаткування надаються в електронному вигляді).

11. Сприяння торгівлі та інтеграції. Всесвітній банк спільно з урядами розробляє і втілює в життя заходи політики, покликані максимально підвищити конкурентоспроможність торгівлі товарами і послугами. (Так, Проект зі сприяння торгівлі в регіоні Великих озер сприяв розвитку транскордонної торгівлі між Демократичною Республікою Конго і суміжними державами на сході і півдні Африки, поліпшивши умови діяльності торговців на кордоні за рахунок скорочення витрат і витрат часу, а також зменшення утисків. Проект спрямований на модернізацію прикордонних об'єктів на суші і на озерах, а також на розробку систем, що здатні більш ефективно пов'язувати селян з регіональними ринками).

Таким чином, звертаючи увагу на світові детермінанти та тенденції економічного зростання, в національній економіці можливо обрати вірний курс ефективного економічного розвитку.

УДК 658.589

Н.М. Носач, асп. (*ХДУХТ, Харків*)

КЛАСИФІКАЦІЯ ТИПІВ ІННОВАЦІЙ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Диспропорції у темпах зростання товарообороту та реальних доходів домогосподарств внаслідок погіршення споживчих настроїв спонукають підприємства торгівлі до певних інноваційних дій з метою підвищення привабливості для покупців та стимулювання зростання обсягів реалізації товарів. Результати аналізу динаміки показників соціально-економічного стану Харківського регіону виявили зростання роздрібного товарообороту на 78 % протягом 2012-2017 років. За цей період відбулося зростання середньої заробітної платні, проте, зростання заборгованості по зарплатні, значне зростання темпів інфляції, зміна демографічного складу населення (зокрема, збільшення частки домогосподарств, які отримують соціальні виплати), стали негативними факторами, що призвели до зниження купівельної спроможності населення та зменшення реальних обсягів реалізації товарів підприємств роздрібної торгівлі.

Впровадження інноваційних форм та інструментів у торговельну діяльність є умовою збільшення обсягів реалізації товарів та прибутковості і, як наслідок, забезпечення сталого економічного розвитку й конкурентоспроможності підприємств, подолання диспропорцій у темпах зростання товарообороту та реальних доходів домогосподарств.

В економічній літературі розглядається значна кількість типів торговельних інновацій в залежності від покладених в основу класифікації параметрів. Відповідно до класифікації, інновації в торгівлі можна охарактеризувати як: середні; засновані на комбінації різних типів знань; інновації, які замінюються; пов'язані з розрахунком і оптимізацією параметрів; централізовані; з терміном корисного використання не менше п'яти років. При дослідженні інновацій торговельних підприємств Колодяжною І.В. було виділено наступні види: товарні інновації, організаційно-економічні інновації, фінансові інновації, інформаційно-технологічні інновації [1, с. 54].

На думку Крисанова Д.Ф., для торговельних підприємств прийнята наступна класифікація видів інновацій: за видом діяльності підприємства інновації підрозділяються на інновації в оптовій і роздрібній торгівлі; за технологією впровадження інновації підрозділяються на продуктові і процесні; за джерелами фінансування: інновації за рахунок прямих джерел, інновації за рахунок непрямих джерел; за типом новизни: інновації для галузі та інновації для підприємства [2, с. 86-87].

Найбільш відомою є класифікація інновацій, запропонована Е. Блондо, в якій він виокремлює сім типів інновацій у торговельних підприємствах: радикальні, покровові, соціальні, технічні, революційні, локальні, архітектурні [3].

Дослідження думок провідних науковців дозволило сформулювати узагальнену класифікацію типів інновацій торговельних підприємств (рис. 1).

Запропонована класифікація інновацій може стати основою для стратегічного аналізу рішень, які сфокусовані не лише на продукті, а й спрямовані на управлінські та фінансові інновації. Масштабні якісні зміни в економіці, зумовлені бурхливим розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, загострюють конкурентну боротьбу та вимагають системного підходу до розробки адаптивної стратегії торговельного підприємства, спрямованої на стимулювання зростання обсягів реалізації, підвищення рівня фінансової результативності, забезпечення ліквідності та платоспроможності тощо. Тому впевнено можна стверджувати, що саме інноваційність підприємства визначає його стратегію.

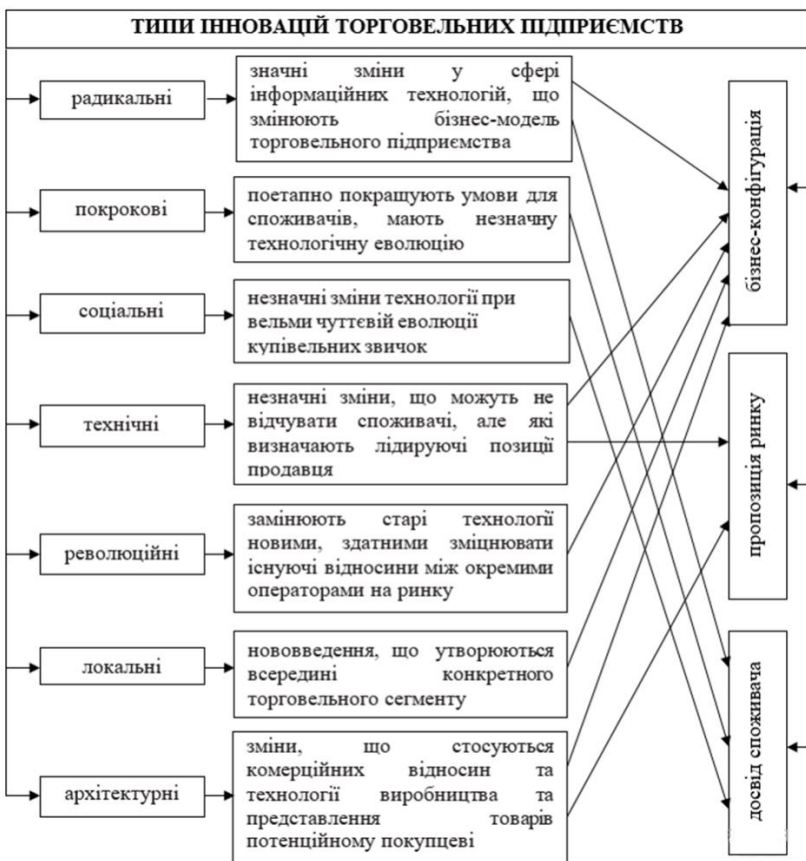


Рисунок 1 – Класифікація типів інновацій торговельних підприємств

Джерело: сформовано автором на основі [3-4]

Інформаційні джерела:

1. Колодяжна І.В. Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності торговельних підприємств України. *Науковий вісник УжНУ*. 2015. Вип. 5. С. 53-56.
2. Крисанов Д.Ф. Інноваційний фактор розвитку харчової промисловості України. *Економіка України*. 2009. № 4. С. 71-81.
3. Блондо Э. Инновации в розничной торговле. *Бизнес-журнал*. 2005. № 4. С. 48-51. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=IBjrAwAAQBAJ>

УДК 65.012.23

О.В. Ольшанський, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Оцінка ефективності бізнес-процесів є важливою характеристикою, що відображає результати і можливості підприємства. Щоб ефективно управляти бізнес-процесами підприємства, необхідно проводити оцінку їх стану, оскільки будь-які зміни в умовах або результатах діяльності бізнес-процесів пов'язані з тією чи іншою альтернативою управлінського рішення. Провести оцінку і визначити стан бізнес-процесів підприємства можливо лише в умовах, коли існують відповідні критерії та методики оцінки бізнес-процесів підприємства. Велика кількість публікацій і різнобічні підходи до формування критеріїв і методів оцінки результативності бізнес-процесів підприємства відображають об'єктивну складність питання. З огляду на це проблеми комплексної оцінки й підвищення ефективності бізнес-процесів підприємства в умовах конкуренції та глобалізації економіки потребують подальшого вивчення і розвитку.

Аналіз наукових праць у галузі методології розвитку бізнес-процесів дозволив прийти до висновку, що у працях, пов'язаних з оцінкою ефективності бізнес-процесів, пропонуються різні критерії оцінювання їх ефективності. Разом з тим до цих пір не вирішена проблема щодо визначення критеріїв оцінювання. З огляду на зазначене пропонується алгоритм визначення критеріїв оцінки ефективності бізнес-процесів підприємства, який складається з п'яти етапів:

1. Визначення стратегічних цілей підприємства і вимог споживачів;
2. Визначення складу бізнес-процесів, їх класифікація та взаємодія;
3. Ідентифікація бізнес-процесів;
4. Визначення цілей бізнес-процесів;
5. Визначення критеріїв оцінки ефективності бізнес-процесів підприємства.

Дослідження існуючих підходів до оцінки ефективності бізнес-процесів показало, що здебільшого вони зводяться до визначення