

**Н.М. Смольнякова**, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

**А.М. Волосов**, ст. викл. (*ХДУХТ, Харків*)

## **ІННОВАЦІЇ ЯК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ**

Інновації є ефективним каталізатором адаптації підприємств до сучасних умов економіки знань та дієвим інструментом забезпечення її конкурентоспроможності. Торгівля є однією з найбільш розгалужених галузей економіки, має найбільшу кількість підприємств у своєму складі, майже 100% з яких відносяться до малого і середнього бізнесу, забезпечує зайнятість значної кількості населення, суттєво впливає на функціонування грошової та фінансової системи. В торгівлі, як сфері, що функціонує на завершальній стадії товарного обігу, реалізуються конкурентні переваги, базис яких створюється у всіх ланках суспільного виробництва. І без активної інноваційної діяльності в торгівлі неможливо забезпечити позитивне функціонування всієї економіки. Специфічне місце роздрібною торгівлі в економіці як посередника між сферою виробництва та споживачами зумовлює її суттєву роль як в розвитку інших галузей економіки, так і в стимулюванні попиту населення, що за сучасних умов неможливо без інновацій. Посилення глобалізаційних процесів, входження на внутрішній ринок провідних міжнародних суб'єктів рітейлу, внутрішні кризові явища позначились на погіршенні результатів функціонування вітчизняної роздрібною торгівлі, про що свідчить підвищення частки збиткових підприємств. Застосування інформаційних та інтернет-технологій, електронних засобів комунікацій і розрахунків ускладнило господарювання традиційних роздрібних торговельних підприємств. Відновлення та подальше зміцнення конкурентних позицій, підвищення ефективності їх господарювання потребує більш активного і системного впровадження інновацій, постійної інноваційної активності, спрямованої на формування та реалізацію конкурентних переваг.

Впровадження інновацій в діяльність торгівлі сприяє підвищенню якості товарів і послуг, розширенню їх асортименту, створенню нових ринків збуту, забезпеченню відповідності сучасним правилам і стандартам здійснення торговельної діяльності, скороченню витрат підприємства. Досягти цього можна тільки за умов організованої належним чином інноваційної діяльності. Існують

проблеми, які ускладнюють впровадження інновацій в діяльність торгівлі. Передусім, не набув достатнього розвитку науково-обґрунтований теоретико-методологічний інструментарій прикладного характеру стосовно різних аспектів інноваційної діяльності.

Безліч теоретичних підходів до тлумачення категорії «інновації», неоднозначність їх класифікацій, відсутність чіткої визначеності термінології та єдиної методології досліджень ускладнюють формування довгострокової стратегії інноваційного розвитку, а отже й забезпечення конкурентоспроможності. Через це особливої актуальності набувають дослідження умов формування інновацій, їх динаміки з урахуванням галузевої специфіки, механізму реалізації, характеру впливу на економічне зростання та забезпечення конкурентоспроможності торговельних підприємств. Стримує розвиток інновацій в торгівлі і відсутність системної державної інноваційної політики: забезпечення фінансовими ресурсами пріоритетних наукових розробок; розширення джерел фінансування із спеціальних цільових, венчурних фондів; створення механізмів державного стимулювання й ефективного використання приватних та іноземних інвестицій в наукоємні сфери, пріоритетні науково-технічні розробки; пільгове кредитування інноваційних проектів і відповідну амортизаційну політику; застосування податкових пільг; розвиток інфраструктури інноваційного ринку.

Не розвивається інституціональна інфраструктура фінансової підтримки інноваційної діяльності. Так, позабюджетні галузеві фонди, фонди підтримки наукових ініціатив, спеціалізовані фінансово-кредитні установи не є дієвими учасниками реалізації на рівні підприємств інвестиційно-інноваційної політики. Не набули належного розвитку інформаційні елементи інноваційної інфраструктури – інформаційно-інноваційні центри та маркетингові компанії. Потребують розширення й інші форми інфраструктури інноваційного ринку за рахунок технопарків, технополісів, бізнес-інкубаторів тощо. Недоліками розвитку інноваційного ринку є неринковий характер формування цін, безсистемність у визначенні безпосередніх замовників і споживачів виконаних розробок, відсутність аукціонних торгів інноваційних розробок тощо.

На впровадження інновацій в торгівлі впливає відсутність навіть вибіркового дослідження стану проблеми, що значно ускладнює визначення адекватних шляхів підвищення інноваційної активності.

Вирішення зазначених проблем сприятиме активізації інноваційної діяльності в підприємствах торгівлі та на цій основі підвищенню їх конкурентоспроможності.