

П.В. Смірнова, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)
Р.М. Бугріменко, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)
І.О. Шириня, магістрант (*ХДУХТ, Харків*)

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

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

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 задоволенням завдяки можливості впровадження інноваційних технологій у сфері торгівлі. Насамперед вплив цифрових, інформаційних, комунікаційних технологій на традиційну торгівлю – це її майбутнє. Ринок інформаційно-комунікаційних технологій України має багато стратегічних напрямів розвитку з високим потенціалом за критеріями інвестиційної привабливості та можливостями впровадження. Цифрові технології змінюють тенденції розвитку роздрібної торгівлі у світі та Україні. Це насамперед зростання популярності електронної торгівлі; чверть глобальних онлайн-споживачів зазначають, що замовляють продукти в Інтернеті, більше половини (55%) готові робити це й надалі; українські споживачі готові використовувати мобільні додатки ритейлерів і комп'ютери всередині торгових точок, щоб одержувати більше інформації про товари.

Типи інновацій на підприємствах торгівлі:

1. Радикальними інноваціями є значні зміни у сфері інформаційних технологій, що створюють нове джерело конкурентної переваги та змінюють бізнес-модель підприємства торгівлі. Прикладом таких інновацій є система електронної торгівлі, яка сформувалася завдяки появі та поширенню Інтернету в світі. Електронна торгівля є основним комерційним трендом сьогодення.

2. Покроковими інноваціями є такі, що послідовно поліпшують умови для споживачів; вони мають незначну технологічну еволюцію. Як приклад таких інновацій можна навести поступове збільшення проходів у торговельних залах, що забезпечує створення комфортніших умов для здійснення покупок.

3. Соціальними інноваціями є незначні зміни технології при дуже чутливій еволюції купівельних звичок споживачів. Наприклад, цілодобовий магазин, можливість доставки продуктів безпосередньо до будинку споживача, різновиди технології «вбивця черг»: експрес-каси, мобільні каси, каси самообслуговування, платіжні станції тощо.

4. Технічними інноваціями є незначні зміни, наприклад, спеціальна упаковка виробників, яка дозволяє працівникам магазину без зайвих торговельно-технологічних операцій представляти товари на стелажі, що скорочує витрати та знижує роздрібні ціни.

5. Револьюційними інноваціями є такі, що замінюють старі технології новими, здатними зміцнювати існуючі відносини між окремими операторами на ринку. Прикладами таких інновацій є: технологія електронного обміну даними між виробниками та підприємствами торгівлі, комплексні програми для управління ресурсами компанії – ERP-системи.

6. Локальними інноваціями є нововведення, що утворюються всередині конкретного сегмента. Вони сприяють руйнуванню комерційних відносин, які вже існують, але при цьому технологія не змінюється. Прикладами є широкий розвиток та запровадження власних торгових марок, які заміщують на стелажах магазинів товари відомих брендів; це призводить до розриву відносин із постачальниками цих товарів.

7. Архітектурними інноваціями є комерційні відносини й технології складування товарів, а також представлення товарів потенційним покупцям. Сучасне складське обладнання, стелажі для виставлення товарів у торговельній залі змінюються щодня: це дозволяє, використовуючи різноманітні «ноу-хау», мінімізувати витрати підприємства торгівлі, збільшуючи в той самий час його прибуток і рентабельність.

Інформаційно-комунікаційні технології розширюють права і можливості споживачів за рахунок доступу до різноманітної інформації. Будучи завжди на зв'язку, споживачі можуть отримувати поточну та своєчасну інформацію, що може впливати на розвиток роздрібно́ї торгівлі.

Таким чином, основним напрямком діяльності підприємств роздрібно́ї торгівлі є забезпечення потреб населення у споживчих товарах, де великого значення набувають споживчий досвід, переваги, можливості, цінності. Тому різні види, форми торгівлі, що відрізняються пропозицією товарів, групами споживачів, обсягами продажів, формами оплати за товари, післяпродажним сервісом тощо, викликають необхідність впровадження усіх типів інновацій задля подальшого розвитку, але з урахуванням лише потреб споживачів та їх задоволенням.