

Дуднєва Ю.Е.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ПОЛІТИКОЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ

Для підтримки високого рівня конкурентоспроможності підприємства роздрібною торгівлі в сучасних умовах повинні відійти від сформованого переважно екстенсивного характеру розвитку і розвиватися за рахунок інтенсивних факторів. Важливу роль при цьому набуває вміння ефективно використовувати інновації та управляти інноваційними процесами. На особливості інновацій в діяльності підприємств взагалі та інноваційну політику зокрема впливають чинники, які пов'язані із специфікою торговельної галузі як сфери економічної діяльності, специфіка організації бізнесу, специфічні риси конкурентної боротьби у галузі тощо.

Основний продукт торгівлі – послуга – характеризується властивостями невідчутності, неможливості зберігання і мінливості якості. Специфічність якості послуги пояснюється її нестійкістю, неможливістю протестувати послугу до її споживання. Інформація, що отримується в ході щоденного контакту зі споживачем, служить основою формування інновацій як для сфери торгівлі, так і для сфери виробництва, тому торгова послуга характеризується тим, що її неможливо відділити від виробника.

Особливості інноваційної діяльності:

1. Інновації в торгівлі можуть бути: процесні, маркетингові, асортиментно-продуктові, організаційно-управлінські.
2. Інновації в торгівлі з'являються не в результаті науково-дослідних робіт, а на основі маркетингу, конкурентного аналізу, бенчмаркінгу тощо.
3. Висока інноваційна активність галузі не вимагає великого стимулюючого впливу держави.
4. У сфері роздрібною торгівлі впроваджуються як власні інновації, так і створюються і поширюються інновації, створені в інших галузях економіки.

Це призводить до необхідності та можливості формулювання особливостей управління інноваційною політикою торговельних підприємств:

1. Виникає більш тісний (в порівнянні з промисловістю) взаємозв'язок інноваційної стратегії підприємств роздрібною торгівлі з маркетинговою, асортиментною, ціновою стратегією тощо.
2. Інноваційна політика роздрібних торгових підприємств в меншій мірі (у порівнянні з промисловістю) залежить від державної інноваційної політики.
3. Галузь роздрібною торгівлі для здійснення зростання товарообігу в більшій мірі вимагає впровадження інновацій, за допомогою інноваційної політики.
4. Здійснення інноваційної політики на ринку характерно переважно для великих мережеских компаній, інноваційна політика малих і середніх торговельних підприємств у багатьох випадках здійснюється без належного забезпечення і носить несвідомий, стихійний характер.
5. Інноваційна політика великого числа роздрібних торгових підприємств орієнтована переважно на зміну комплексу маркетингу і розвиток, заснований на залученні в товарообіг нових ресурсів.
6. Для більшості вітчизняних суб'єктів роздрібною торгівлі характерний переважно реактивний тип інноваційної політики. У зв'язку зі зростаючою конкуренцією, зростанням вимог споживачів частка активної складової інноваційної політики повинна зростати.