

## ПРОЦЕС УПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

студент групи Е-72 Піддубна Т. В.

Головною структурною одиницею торгівлі є торговельне підприємство, яке виконує низку торговельних (комерційних), технологічних, економічних і соціальних функцій.

Важливими характеристиками функціонування торговельних підприємств, що визначають їх роль у національній економіці, є кількість та масштаби діяльності. Як свідчать статистичні дані, за 2006-2009 рр. кількість підприємств роздрібною торгівлі по Україні зменшилась. Так, у 2009 р. їх кількість, порівняно з 2006 р., зменшилась на 8,2 тис. одиниць. Аналізуючи сучасний стан підприємств в Україні, можемо констатувати, що частка збиткових підприємств торгівлі за 2009 р. становить 29,3 %, якими допущено збитків на суму 4,3 млн. грн, що в 5,7 раз більше, порівняно з 2006 р.

В умовах зростання потреб споживачів й постійного руху НТП, важливе значення має здатність торговельного підприємства оперативно реагувати на будь-які зміни ринку та пристосовуватись до його потреб.

Найбільш доцільним є моделювання інноваційного розвитку торговельного підприємства. Його цінність полягає в можливості формування цільового образу альтернативного інноваційного розвитку торговельного підприємства й подальшої адаптації його відповідно до потреб управління.

Дуже важливим елементом механізму управління інноваційною діяльністю торговельного підприємства є стратегія, тобто комплекс послідовних заходів, спрямованих на досягнення поставленої мети. Тобто стратегія в цьому випадку повинна визначити порядок дій управління інноваційною діяльністю. Доцільно виділити наступні етапи стратегії інноваційного розвитку торговельного підприємства:

1. Визначення місії й цілей торговельного підприємства.
2. Діагностика зовнішнього й внутрішнього середовища торговельного підприємства, виявлення основних погроз і проблем («вузьких місць»), які можна було б нівелювати за допомогою нововведень. Оцінка інноваційного потенціалу торговельного підприємства.
3. Розробка й оцінка інноваційних альтернатив розвитку торговельного підприємства з урахуванням ризику.
4. Вибір цільової підсистеми й виду інновації, тобто вибір інноваційної стратегії торговельного підприємства і її узгодження з корпоративною, діловими (якщо вони є) і іншими функціональними стратегіями підприємства.
5. Формування забезпечуючої підсистеми управління інноваційною діяльністю торговельного підприємства — склад команди реалізації інноваційної діяльності, розробка механізму фінансування інноваційних процесів і т.д.
6. Реалізація стратегії — включає впровадження розробленого стратегічного плану за здійсненням інноваційної діяльності, формування блоку операційних дій і заходів також з коректування розробленої стратегії та зниженню існуючого ризику, розробка комплексу заходів за зниженням опору впровадженню змін (інновації — це завжди зміни).
7. Контроль над виконанням розробленого стратегічного інноваційного плану (програми).
8. Оцінка — оцінка ефективності управління інноваційною діяльністю торговельного підприємства й безпосередньо самої інноваційної діяльності за якісними і кількісними показниками, сформованими залежно від поставленої мети здійснення інноваційної діяльності.
9. Коректування здійснюваної інноваційної діяльності, якщо оцінка ефективності її управління й реалізації не відповідає запланованому нормативу.

Стратегія інноваційного розвитку підприємства повинна у максимальному ступені відповідати специфіці галузі, до якої воно віднесено, конкурентному зовнішньому середовищу, бути спрямована на забезпечення можливостей зростання та захисту від зовнішніх загроз, орієнтована на організаційну силу та власні конкурентні можливості.

Стратегія інноваційного розвитку підприємства, що діє в ринковій економіці, має свої особливості і тому її вибір залежить від великої кількості факторів і стратегічної спрямованості інноваційної діяльності підприємства на запити споживачів, визначення змісту нововведень, адекватних інтересам споживачів. Стратегію інноваційного розвитку слід розглядати як систему довгострокових концептуальних установок розподілу ресурсів при зміні зовнішніх і внутрішніх умов функціонування.

Таким чином, при розробці стратегії інноваційного розвитку важливого значення набуває методологія дослідження та проектування організаційних структур управління з урахуванням можливостей підприємства та вимог, які регламентують діяльність усіх його структурних підрозділів. Їх побудова управління здійснена на основі організаційного моделювання з використанням принципів та методики проведення його аналізу,

що дозволяє проводити оцінку варіантів організаційної структури і перевірку її відповідності цілям інноваційного розвитку підприємства.

Також економічні перетворення, які відбуваються в країні за останні роки, відбилися на механізмах прийняття рішень і поведіння на ринку, що призвело до поширення інноваційної моделі розвитку і на торговельні підприємства.

*Науковий керівник: доц. Карінцева О. І.*