

*Т. В. Заварзіна,
аспірант, Київський національний торговельно-економічний університет*

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

*T. V. Zavarzina,
graduate student, Kyiv National Trade and Economic University, Kyiv*

SYSTEMATIC OF FACTORS THAT AFFECT THE FUNDING OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF TRADE

Досліджено вплив факторів макро- і мікрорівня на обсяги фінансування інноваційного розвитку підприємств торгівлі. Було виявлено відмінності в обсягах фінансування інноваційного розвитку підприємств торгівлі залежно від їх розміру, типів інновацій, видів їх торговельної діяльності.

The influence factors of the macro-and micro-level by funding innovative development of trade. Differences were found in levels of funding innovative development of the enterprises of trade, depending on their size, type of innovation, types of trading activities.

*Ключові слова: фактори впливу, фінансування, інноваційний розвиток, підприємства торгівлі, типи інновацій.
Key words: factors affecting, financing, innovative development, trade, types of innovation.*

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Однією з причин стримування інноваційного розвитку підприємств торгівлі є недостатність обсягу його фінансування з різних джерел. Тому актуальним постає питання пошуку факторів впливу на вибір форм і джерел фінансування інноваційного розвитку підприємств торгівлі, які формуються для наступного періоду.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Усе більше сучасних досліджень присвячено питанням інновацій і їх особливостям у сфері торгівлі. Робота Зазуляка К.Б. присвячена дослідженню тенденцій розвитку торгівлі на основі чого автором було виявлено особливості трансформації інновацій у сферу торгівлі [4]. У дослідженні Лігоненко Л.О., Красневич Г.А. визначено пріоритетні напрями інноваційного розвитку торгівлі України [5]. Орлов В.В. розкриває зміст інновацій у маркетинговій товарній політиці [9]. Юрченко Ю.Ю., який характеризує інновації в оптовій торгівлі [6]. Опитування проведене Forrester Research визначає майбутню тенденцію розвитку роздрібною торгівлі з точки зору інновацій у процесі автоматизації і у сфері інформаційних технологій [10].

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Дослідити фактори макро- і мікрорівня для виявлення їх впливу на фінансування інноваційного розвитку підприємств торгівлі.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

У процесі дослідження 50 торговельних підприємств України щодо питання фінансування їх інноваційного розвитку було визначено ряд факторів, які впливають на його обсяги. Ці фактори можна поділити на фактори макро- і мікрорівня.

Фактори макrorівня визначають зовнішні умови, які впливають на обсяги і умови фінансування інноваційного розвитку підприємств торгівлі. До них можна віднести:

- 1) загальний соціально-економічний стан країни;
- 2) рівень інноваційного розвитку держави;
- 3) загальний ріст інноваційної активності у країні;

- 4) регіональний фактор інноваційної активності;
- 5) ріст товарообороту.

1. Загальний соціально-економічний стан країни. Соціально-економічний стан країни визначає тенденції зміни в обсягах фінансування інновацій підприємства. Згідно зі статистичними даними 2009—2011 рр., обсяг ВВП збільшився в 1,4 рази у 2011 р. в порівнянні з 2009 р. [2, с. 30]. Такі дані дозволяють стверджувати про тенденцію росту економіки України в цілому, у т.ч. і збільшення обсягу товарообороту підприємств. Крім того, обсяг інвестицій за 2009—2011 рр. також мав тенденцію до зростання, а саме збільшився в 1,3 рази у 2011 р. в порівнянні з 2009 р. [2, с. 198], що характеризує збільшення обсягів інвестиційної діяльності підприємств, у т.ч. торговельних. Наведені дані свідчать про нарощення обсягів діяльності торговельних підприємств, у т.ч. їх інвестиційної діяльності, що, в свою чергу, впливає на збільшення обсягів фінансування інновацій на них.

2. Рівень інноваційного розвитку держави. Згідно з дослідженнями за індексом інноваційної ефективності, який характеризує створення спеціальних умов для сприяння інноваційної результативності, Україна посіла 14 місце у 2012 р. на відміну від 2011 р. — 40 місце, а у 2010 р. — 54 [3, с. 30]. Згідно зі світовими рейтингами, а саме за підіндексом інновації, рейтинг України знизився у 2010—2011 рр. до 63 місця проти 62 у 2009—2010 рр. [3, с. 30]. За всіма складовими, що впливають на підіндекс інновацій, Україна втратила свої позиції. Виникнення такої ситуації не сприяє інноваційному розвитку у сфері торгівлі і ускладнює процес його фінансування за умов погіршення ситуації відносно створення і розповсюдження інновацій.

3. Загальний ріст інноваційної активності у країні. Статистичні дані, представлені за 2009—2011 рр., дозволяють стверджувати про підвищення інноваційної активності в Україні. У цілому за даними вибіркового обстеження, проведеного Державною службою статистики за 2008—2010 рр., 20,6% обстежених оптових торговельних підприємств були інноваційно активними, доля яких у порівнянні з обстеженням 2006—2008 рр. більше на 4,7 пункти [7; 8]. На відміну від проведеного аналог-

ічного обстеження за 2006—2008 рр. доля інноваційно активних підприємств у сфері торгівлі по відношенню до загальної кількості обстежених підприємств зростає на 4,8 пункту [7; 8]. Крім того, на відміну від торговельних підприємств, інноваційно активними промисловими підприємствами у 2008—2010 р. визнано 22,8 %, що на 2,3 пункти більше у порівнянні з даними за 2006—2008 рр. [7; 8]. Все це свідчить про поступове збільшення інноваційної активності підприємств, у т.ч. торговельних.

4. Регіональний фактор інноваційної активності. Місце розташування підприємств завжди відіграло значну роль в отриманні прибутків, а відповідно і витрат на витрати. За даними вибіркового обстеження за 2008—2010 рр., найменша доля інноваційно активних підприємств за регіонами спостерігається по Запорізькій (9,6 %), Івано-Франківській (10,6 %), Житомирській (15,3 %), Херсонській (15,4 %), Чернігівській областях (16,2 %) [1, с. 251]. Такі низькі показники інноваційної активності пояснюються наявністю меншої кількості підприємств, ненадають інноваційної інфраструктури, обмеженою у обсягах фінансування інновацій місцевими бюджетами тощо.

5. Ріст товарообороту. Товарооборот підприємств є одним з основних джерел фінансування поточних витрат підприємств. У відповідності до його розміру, темпів зростання формується здатність підприємств щодо фінансування інновацій. Товарооборот по оптових підприємствах за 2009—2011 рр. збільшився в 1,4 раза, по роздрібних — в 1,5 раза, а по обстежених торговельних підприємствах — в 1,7 раза [2, с. 271]. Це свідчить про нарощення обсягів діяльності оптових і роздрібних торговельних підприємств (у т.ч. по обстежених). Це, в свою чергу, збільшує розмір власних коштів торговельних підприємств, за рахунок яких більшою мірою фінансуються інновації. Так, за 2009—2011 рр. частка власного капіталу у загальній структурі капіталу торговельних підприємств збільшилася на 0,53 пункту [2, с. 62]. Така ситуація характеризує підвищення потенціалу торговельних підприємств щодо можливості фінансування інновацій у майбутніх періодах за рахунок доходів і інших власних коштів підприємств.

Фактори мікрорівня будуть залежати від діяльності самого підприємства. У результаті проведеного нами обстеження були виявлені наступні фактори впливу:

- 1) розмір торговельного підприємства (малі, середні, великі);
- 2) тип інновацій, які впроваджуються на підприємствах (продуктовий, процесний, технічний, науково-методологічний, маркетинговий, кадровий, організаційний);
- 3) вид торговельної діяльності (оптові, роздрібні).

Розглянемо особливості фінансування торговельних підприємств залежно від їх розмірів. Згідно з анкетним дослідженням, яке проведене автором, стало відомо, що загальна сума фінансування інноваційного розвитку мала тенденцію до зростання по обстежених торговельних підприємствах різних розмірів. Високий темп росту загальної суми фінансування інноваційного розвитку спостерігається по малих підприємствах, який у 2011 р. у 2,2 разів більше порівняно з 2009 р.

Найменший темп росту загальної суми фінансування інноваційного розвитку притаманний великим підприємствам, який складає 1,6 раза у 2011 р. у порівнянні з 2009 р. Такі значення темпів росту суми фінансування інноваційного розвитку у період 2009—2011 рр. по малих і великих обстежених підприємствах, відповідно, більше на 0,5 пункту і менше на 0,1 пункту темпу росту загальної суми фінансування інноваційного розвитку в цілому по обстежених підприємствах. Високе значення темпу росту суми фінансування інноваційного розвитку по малих підприємствах, ніж по великих, пояснюється відмінностями між обсягами фінансування інновацій. Малі підприємства за рахунок незначних обсягів операційної діяльності, як правило, мають незначні обсяги

фінансування інновацій, нарощення якого може відбуватися більш значними темпами. У той же час, великі підприємства мають більш значні обсяги діяльності, а отже, і більш значну суму фінансування, відповідно, нарощування більш значної суми фінансування буде відбуватися меншими темпами.

Порівнюючи темпи зростання загальної суми фінансування у розрізі підприємств окремих розмірів з темпами товарообігу у період 2009—2011 рр. відзначимо, що товарообіг відбувався значно вищими темпами за відповідні роки. Так, темп зростання товарообороту по обстежених малих підприємствах склав 2,5 раза, по середніх — 2,1 раза, по великих — 1,5 раза у 2011 р. у порівнянні з 2009 р. Що підтверджує загальну тенденцію по обстежених торговельних підприємствах, коли темпи зростання товарообороту перебільшують темпи зростання загальної суми фінансування інноваційного розвитку.

Найбільший обсяг витрат на інноваційну діяльність у розрахунку на 1 підприємство спостерігається на великих підприємствах, відповідно найменший — на малих. Така залежність обумовлена масштабами діяльності підприємства, його операційною, а відповідно, і інноваційною діяльністю. Це все впливає на можливість підприємства залучати необхідний обсяг фінансових ресурсів на інноваційний розвиток. Чим більше підприємство, тим більше в нього можливостей залучити необхідний обсяг фінансових ресурсів.

Одним з найактуальніших питань, які розкриваються у цьому дослідженні, є аналіз динаміки обсягів фінансування у розрізі типів інновацій, які притаманні торговельним підприємствам.

Отримані дані свідчать, що 90 % обстежених торговельних підприємств впроваджували маркетинговий тип інновацій і тільки 38 % обстежених торговельних підприємств впроваджували організаційний тип інновацій. Серед 50 обстежених підприємств торгівлі на 45 з них впроваджували маркетинговий тип інновацій. Це пов'язано з тим, що цей тип інновацій безпосередньо пов'язаний з основним видом діяльності торговельних підприємств, високою конкуренцією, що відповідно вимагає організації високого рівня маркетингу на підприємстві.

Організаційний тип інновацій впроваджувався лише на 19 обстежених підприємствах, що пов'язано з тим, що цей тип інновацій, в першу чергу, впроваджується на великих і середніх підприємствах, які мають складнішу організаційну структуру.

За даними "Статистичного щорічника за 2011 р.", на промислових підприємствах 73,2 % складають витрати на такі види інновацій, як: машини, обладнання, програмне забезпечення, тобто технічні інновації [2, с. 324]. У той же час по обстежених торговельних підприємствах у 2011 р. найбільшу питому вагу складають витрати на маркетингові інновації, 23,3 %, і витрати на продуктові інновації — 21,4 % від загальної суми фінансування інноваційного розвитку. Це обумовлено основним видом операційної діяльності промислових і торговельних підприємств.

За всіма типами інновацій сума фінансування за 2009—2011 рр. мала тенденцію до зростання. Така тенденція обумовлена збільшенням обсягу інвестицій. У 2011 р. в порівнянні з 2009 р. обсяг капітальних інвестицій в цілому по Україні збільшився в 1,3 раза, у т.ч. в матеріальні активи — 1,3 раза, нематеріальні активи — в 1,6 раза [2, с. 198]. Крім того, відомо, що інвестиції в основний капітал по підприємствах торгівлі у 2011 р. в порівнянні з 2009 р. також мали тенденцію до зростання, а саме збільшилася в 1,2 раза [2, с. 204], у т.ч. інвестиції на придбання нових основних засобів збільшилися в 1,2 раза відповідно [2, с. 106].

Найбільша тенденція до збільшення спостерігається в фінансуванні кадрових інновацій, сума фінансування яких збільшилася в 2,5 раза у 2011 р. в порівнянні з

2009 р. Така тенденція обумовлена тим, що доходи підприємства залежать від якості обслуговування клієнтів, що відповідно, вимагає постійного підвищення вимог до персоналу підприємства, а відповідно і постійного підвищення його кваліфікації тощо. Це свідчить про постійне оновлення організаційної структури і культури підприємства. Ще одним найбільшим показником за темпом розвитку є збільшення суми фінансування на організаційні інновації, яка у 2011 р. зросла в 1,9 раза у порівнянні з 2009 р. Як вже зазначалося вище, оскільки цей тип інновацій притаманний підприємствам зі значним обсягом діяльності, відповідно організаційна структура і культура підприємства на торговельних підприємствах удосконалюється для швидкого реагування на зміну зовнішніх умов. Однією з таких умов може стати кооперація підприємства з іншими суб'єктами для певної співпраці для реалізації певного типу інновацій. Темпи зростання по іншим типам інновацій в більшій мірі наближуються до темпу зростання загальної суми фінансування по обстеженим підприємствам.

У розрахунку на 1 підприємство найбільшу суму за типами інновацій у 2011 р. складає сума фінансування на організаційний і процесний типи інновації. Це пояснюється тим, що серед 50 обстежених підприємств впровадженням організаційного і процесного типів займалися лише 19 і 29 підприємств. Відповідно, при розрахунку на 1 підприємство сума фінансування цих типів інновацій є найбільшою. Фінансування організаційного і процесних типів інновацій притаманно для підприємств торгівлі зі значними обсягами інноваційної діяльності. Це пов'язано з тим, що маркетингові, продуктові, кадрові інновації притаманні майже усім обстеженим підприємствам, а їх значні обсяги фінансування будуть вимагати удосконалення всіх процесів на підприємстві, отже, впровадження інших типів інновацій.

Найменша сума фінансування припадає на науково-методичний тип інновації, крім того, впровадженням цього типу інновацій займалися лише 24 підприємства. Це обумовлено самою сутністю науково-методологічного типу інновацій, який, як правило, здійснюється власними силами підприємства, а якщо і є об'єктом купівлі-продажу, є досить дешевим, що пов'язано з незначною трудомісткістю.

Розглянемо особливості фінансування інноваційного розвитку на підприємствах різних видів торговельної діяльності. Найбільший темп росту суми фінансування інноваційного розвитку притаманний оптовим підприємствам і складає в 2,4 рази більше у 2011 р. по відношенню до 2009 р. Така ситуація пов'язана зі специфікою діяльності оптових підприємств, яка вимагає технічного оснащення, наявності достатніх площ складів, систем скидок для покупців тощо. Це обумовлює менший обсяг фінансування інноваційного розвитку, у зв'язку з чим приріст за обсягом фінансування є більш значним. За даними Державної служби статистики, у 2011 р. порівняно з 2009 р. сума товарообороту за оптовими підприємствами збільшилася у 1,3 раза, а за роздрібними — 1,5 рази [2, с. 271].

Найменшу тенденцію до зростання у сумі фінансування інноваційного розвитку мають роздрібні торговельні підприємства, збільшення якої відбулося на 1,2 рази в порівнянні 2011 р. з 2009 р. По роздрібним підприємствам сума фінансування інноваційної діяльності в порівнянні з оптовими є більш значною. Це пов'язано зі специфікою діяльності цих підприємств, які пов'язані з обслуговуванням кінцевого споживача, наявністю вдало розташованих торговельних площ, розвиненою системою маркетингових комунікацій, комфортним обслуговуванням споживача (розташуванням товару, розрахунками тощо) та інше. Основними особливостями інноваційної діяльності роздрібних підприємств буде різноманітність інновацій, на відміну від оптових, причому вона має постійний характер, що пов'язано з високою конкуренцією.

Сума фінансування інноваційного розвитку по оптово-роздрібним підприємствам має також тенденцію до збільшення, темп росту якої наближений до темпу росту загальної суми фінансування по обстеженим торговельним підприємствам і складає дещо усереднене значення між темпами росту по оптових і роздрібних підприємствах.

У розрахунку на 1 підприємство сума фінансування найбільша по оптово-роздрібним підприємствах і роздрібних підприємствах. Це обумовлено специфікою діяльності оптово-роздрібних і роздрібних підприємств, а саме: доведенням товару до кінцевого споживача, а отже, наявністю спеціально улаштованих торговельних площ, постійні оновлення для залучення покупців тощо. Все це вимагає додаткових витрат з боку підприємств, які займаються роздрібним продажем товарів. Крім того, оптово-роздрібним підприємствам повинна бути притаманна також і специфіка оптових підприємств, а саме: наявність великих торговельних площ з обладнанням і наявністю достатньої кількості транспорту для зберігання і швидкого постачання товарі тощо. Відповідно оновлення на оптово-роздрібних підприємствах буде відбуватися у розрізі оптової і роздрібної торгівлі, а отже вимагає значних витрат.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження свідчить про стримане зростання обсягів фінансування інноваційного розвитку по підприємствах торгівлі під дією різних факторів. Наступними аспектами, які потребують удосконалення, є оптимізація вибору форм і структури джерел фінансування інноваційного розвитку підприємств торгівлі на 2013—2015 рр.

Література:

1. Наука та інноваційна діяльність в Україні: статистичний збірник / І.В. Калачева. — К., 2012. — 305 с.
2. Статистичний щорічник України за 2011 р. / [за ред. О.Г. Осаулєнка]. — К.: ТОВ "Август Трейд", 2012. — 559 с.
3. Вернидуб Н.О., Омеляненко В.А., Савельєва Г.С. Аналіз інтеграції України в глобальні інноваційні процеси на основі міжнародних рейтингів / Н.О. Вернидуб, В.А. Омеляненко, Г.С. Савельєва // Економіка та менеджмент: перспективи розвитку: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції — Суми: СумДУ, 2012. — С. 30—31.
4. Зозуляк К.Б. Інноваційний розвиток торговельної сфери України / К.Б. Зозуляк // Науковий вісник НАТУ України. — 2009. — Вип. 19.1. — С. 237—242.
5. Лігоненко Л.О., Красневич Г.А. Інноваційний вектор розвитку торгівлі в Україні / Л.О. Лігоненко, Г.А. Красневич // Товари і ринки. — 2011. — № 1. — С. 7—14.
6. Юрченко Ю.Ю. Інновації в оптовій торгівлі // Вісник донецького університету. Сер. "економіка і право". — Вип. 1, 2007. — С. 338—342.
7. Обстеження інноваційної діяльності в економіці України за період 2006—2008 рр. [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Обстеження інноваційної діяльності в економіці України за період 2008—2010 рр. [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
9. Орлов В.В. Система інновацій у маркетинговій товарній політиці [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Tiru/2011_31_2/Orlov.pdf
10. Forrester Research: 30,2% опрошених західних ритейлерів об'являють о початку нових ІТ-проектів. — Режим доступу: [http://www.proretail.info/index.php?id=422&tx_ttnews\[tt_news\]=16301&cHash=c47334d429](http://www.proretail.info/index.php?id=422&tx_ttnews[tt_news]=16301&cHash=c47334d429)

Стаття надійшла до редакції 26.03.2013 р.