

Обґрунтування інноваційної діяльності на підприємстві

Ірина Троц

*к. е. н., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
ORCID: 0000-0001-9608-0591*

Ксенія Новікова

*магістрант кафедри теоретичної та прикладної економіки,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна*

Сьогоднішні умови господарювання як на міжнародному, так і на вітчизняному ринках, характеризуються сильною конкуренцією, насиченістю ринків, перевищенням пропозиції товарів над попитом та ростом вимогливості споживачів, що в свою чергу істотно ускладнює діяльність підприємств на ринку.

Компаніям стає важче привертати та заохочувати споживачів. Тому з метою розширення цільової аудиторії та утримання позицій на ринках, підприємства повинні застосовувати сучасні ефективні засоби формування та підтримання іміджу товарів підприємства, зокрема, за допомогою розробки механізмів інноваційного розвитку підприємства.

Варто також зазначити, що контролювати ситуацію на ринку здатні винятково ті підприємства, які системно працюють над формуванням конкурентних переваг інноваційного характеру, і оскільки цей напрям передбачає прикладення значного обсягу ресурсів, він потребує логічного обґрунтування напрямків та ефективного управління.

Спосіб вирішення проблеми формування інноваційного розвитку підприємства зумовлює вибір моделі економічного розвитку, яка визначає його місце у високо інтегрованому світовому господарстві.

Забезпечення інноваційності для підприємства відіграє важливу роль під час визначення його конкурентоспроможності, а також нерозривно пов'язане із рівнем успішності на ринку.

Конкурентні переваги підприємства, спричинені інноваційним розвитком, визначаються такими складовими, як стратегічні перспективи, сили конкурентної позиції підприємства, сильні і слабкі сторони діяльності, технологічне оновлення виробництва та реалізації тощо. Інноваційний розвиток організації є результатом її безперервної інноваційної діяльності.

Інноваційна діяльність, як правило, являє собою цілий комплекс наукових, технологічних, виробничих, організаційних, фінансових і комерційних заходів, сукупність яких призводить до інновацій у вигляді нового або вдосконаленого продукту [1, с. 42].

Досліджуючи таке явище та наукове поняття, як інновація, вітчизняними та закордонними вченими було проведено й опубліковано багато досліджень, які трактували сутність та процес інновацій з різних кутів. Першими та виявляючими цю категорію у економічній науці стали роботи австрійського вченого Йозефа Шумпетера [2], та трохи пізніше-Н. Д. Кондратьєва [3], які у своїх дослідженнях

розвитку світової економіки обидва виокремили існування інноваційних хвиль із циклічністю приблизно у 50 років.

А. А. Мізрова визначає інноваційну діяльність як сукупність науково-дослідних, прикладних, експериментальних робіт, необхідних для створення інновацій; робіт, пов'язаних зі створенням досвідчених і серійних зразків нової продукції та технологій з сертифікацією і стандартизацією інноваційних продуктів; з проведенням маркетингових досліджень і організацією ринків збуту інноваційних продуктів; всі види посередницької діяльності та інші види робіт, пов'язані між собою в єдиний процес з метою створення і поширення інновацій [4].

Разом з тим, багато підприємств здійснюють удосконалення продуктів за допомогою створення власних підрозділів НДДКР.

Узагальнюючи існуючі визначення поняття «**інноваційна діяльність**» можна окреслити його, як процес зародження, розробки принципово нових ідей, методів, винаходів, технологій з високим ступенем конкурентоспроможності та їх подальшої комерціалізації, які відповідають новим суспільним потребам при отриманні принципово нового рівня соціально-економічного ефекту.

Сучасні реалії глобальної пандемії спровокували стрімкий стрибок усього суспільства, а за ним-і всесвітньої економіки-у діджиталізацію повсякденного існування, логічним продовженням чого є могутня хвиля розвитку сфери цифрових технологій та її похідних.

Карантинні умови діяльності сформували нові засади функціонування ритейлерів в Україні, пристосування до яких передбачає застосування інноваційних кроків розвитку. Базою дослідження процесів інноваційної діяльності було обрано ТОВ «Сільпо Фуд», що є однією з найбільших та найпрогресивніших торговельних мереж за напрямом інноваційності в Україні.

Агресивна ринкова експансія продуктових ритейлерів мережі Сільпо в Україні можлива не лише за рахунок постійного відкриття нових магазинів, але й за рахунок їх інноваційної діяльності, що стала запорукою гнучкого розвитку мережі в умовах пандемії.

Інновації розповсюджуються як у науково-технічній, так і у організаційно-управлінській сферах функціонування досліджуваного ритейлера. Свідченням цього є поява наступних **інноваційних векторів діяльності ТОВ «Сільпо Фуд»**:

- Стала ієрархічна система управління поступається у ефективності *новітній моделі менеджменту*, що побудована за запозиченим зі сфери ІТ принципом Agile (в перекладі з англійської-‘гнучкий’), де бізнес-задачі та бізнес-проекти розподіляються поміж невеличкими командами на чолі з продукт-оунером, який є «серцем» та ідейним двигуном усієї продуктової команди, бачить найоптимальнішу стратегію досягнення цілі, здатний покроково планувати дії команди, бути гнучким до змін та ефективним у кризових ситуаціях, та несе відповідальність за свою команду на найвищому структурно-організаційному рівні.

- *Персоналізація пропозиції.* Безперервний збір та аналіз даних щодо кожного користувача послуг призводить до накопичення шалених масивів метаданих, що здатні розповісти про особистість майже все. Наприклад, база даних рітейлера «Фоззі Груп» налічує до 1500 строк інформації по кожному клієнту, а такий ІТ-гігант, як Google, взагалі може дозволити собі індивідуальне цифрове досьє користувача місткістю близько 1 000 000 строк персональної інформації. Така деталізація даних щодо кожної окремої особи здатна дуже точно окреслити поведінкову модель людини, що при вдалому комп'ютерному алгоритмі персоніфікації дає можливість навіть спрогнозувати її бажання та потреби. Тому компанії посилюють видатки на ІТ-розробки, адже високоякісне програмне забезпечення здатне виявити найкращу пропозицію у певний час для кожної окремої людини, що якісно виділяє компанію з поміж конкурентів, примножує продажі та рівень лояльності клієнтів.

- *Клієнтоорієнтованість.* Інноваційним нині є сам вектор функціонування ринку товарів та послуг, де на тлі шаленого розмаїття пропозицій на будь-який смак та гаманець, важливим стало не тільки яку кількість та якість товару споживач отримує за певну суму грошових одиниць, а й які емоції він відчує після кожного сеансу економічної взаємодії із надавачем товарів та послуг, чи задоволені його потреби у повному обсязі і навіть понад очікування, чи був цей досвід джерелом позитивних вражень, що закладе основи для довгострокової лояльності клієнта тощо. Тенденція виокремлення людського враження, як окремої економічної категорії, що здатна примножувати прибуток, є маркером переходу до інноваційної «економіки вражень», яка витісняє економіку послуг, та займає все більш впевнені позиції на глобальній економічній арені [5].

З огляду на це, варто детальніше ознайомитися із спектром **інноваційних проектів ТОВ «Сільпо-Фуд»**, що впроваджуються протягом останніх двох років.

Першим кроком є *проект розвитку комерційної функції*: впровадження інноваційних підходів до управління асортиментом продукції в магазинах мережі «Сільпо»-запровадження асортиментних кластерів, що допомагає адаптувати асортимент кожного супермаркету під потреби споживачів у відповідній локації, автоматизація процесу управління викладкою продукції через впровадження планограм розміщення продукції на полицях.

Другим кроком став *проект із покращення операційних процесів у магазинах групи*: впровадження автоматизованих інструментів централізованого планування управління трудовими ресурсами, впровадження lean-процесів із мінімізацією простоїв та зростанням продуктивності.

Важливим також був *проект розвитку логістичної функції*: він полягав у впровадженні автоматизованих інструментів щодо управління формування маршрутів транспорту для доставки продукції із централізованих дистрибуційних центрів; впровадження оптимальної моделі управління потоками різних типів товарів; запровадження системи аналітики оптимального розподілу логістичної моделі у товарно-географічному розрізі.

Запроваджено також *проект вдосконалення фінансової функції*: полягав у розширенні спеціалізації фінансової функції бізнесу в аспекті аналітики, підняття рівня контролінгової функції, розвитку прогностичних підходів, інвестиційної оцінки та впровадження методології бюджетування «з нуля».

Проект вдосконалення фінансової функції підприємства є неоднозначним: з одного боку, операційна прибутковість підприємства зростає, але з іншого боку-чистий грошовий потік від інвестиційної діяльності є від'ємним. Проте від'ємність інвестиційного грошового потоку свідчить про розвиток саме інвестиційної діяльності та вкладення у капітальні інвестиції та інноваційні напрями діяльності.

Інноваційним також є *проект культури та клімату в організації*: запровадження заходів щодо підняття рівня задоволеності працівників та підвищення рівня показнику ОНІ, що сприяє зростанню ступеню стійкості підприємства в довгостроковій перспективі. Порівняльний показник ОНІ надає керівникам детальну картину здоров'я ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», порівняно з аналогами. Маючи понад 1 мільярд точок даних у різних регіонах та галузях, показник пропонує глобальний стандарт для вимірювання та керування здоров'ям організації.

Крім того, було запроваджено базові цінності організації, які підняли свідомість співробітників та корпоративну етику на якісно новий рівень.

Суттєвою інноваційною ініціативою Фоззі-груп є розвиток супермаркетів мережі Сільпо в новітньому індивідуальному дизайні, який є не лише унікальним для національного ринку роздрібною торгівлі, але й високо оцінений на міжнародному рівні через номінування у рейтингу Europe's Finest Store від European Supermarket Magazine (ESM).

Варто наголосити, що в екосистемі Fozzy Group відкрито R&D-центр штучного інтелекту й інновацій «Лабораторія Зі». Центр створено в структурі TemaBit-IT-розробника групи компаній. «Лабораторія Зі» розробляє прогресивні рішення для торгових мереж, логістики й ресторанного бізнесу Fozzy Group.

У Центрі проводять експерименти зі штучним інтелектом, згортковими нейронними мережами, машинним навчанням, імерсивними технологіями, а також з використанням інтернету речей. Тут розробляють дата-саєнс алгоритми, що здатні напряму керувати процесами в магазинах. Крім того, вже здійснюються *пілотні проекти з експериментами в галузі робототехніки*.

Одним з ключових напрямів розробок є створення магазину майбутнього. Це розгалужене поле досліджень, що охоплює електронну комерцію та торгові об'єкти. У «Лабораторії Зі» працюють над інтерфейсами з використанням віртуальної, доповненої й змішаної реальності для операційних процесів і клієнтського досвіду. У магазині майбутнього органічно інтегруються цифровий та фізичний виміри у звичному просторі супермаркету.

Варто також зазначити, що умови пандемії активізували й інші напрямки розвитку рітейлерів-онлайн замовлення та доставки.

Зазначимо, що функція онлайн замовлень та доставки стала широко

розповсюдженою за останні 2 роки серед всіх ритейлерів в Україні. Найбільший розвиток прослідковується у мережі магазинів Ашан, Таврія. Але Сільпо-Фуд та Фора також використовують цей тренд сьогодні, що дозволяє їм йти в ногу із часом та займати лідируючі позиції на ринку.

Топовими ритейлерами за напрямом «Діджиталізація-Онлайн» є Сільпо, Ашан та Варус. Вони розвиваються за обома напрямками. Ці магазини займають перше місце у рейтингу конкурентоспроможності. На другому місці є АТБ, Фора та Фоззі-їх активність за інноваційними напрямками порівняно нижча.

На останньому місці-Метро, Новус та Таврія-ці магазини намагаються використовувати інноваційні тренди, але поки що їх реалізація незначна.

Таким чином, ТОВ «Сільпо-ФУД» веде активно політику інноваційного розвитку. Він є лідером як за кількістю відкритих магазинів по Україні, так і за напрямом активного інноваційного розвитку. Особливістю ТОВ «Сільпо-ФУД» є відкриття унікальних дизайнерських магазинів зі своєю концепцією. Окрім того, мережа використовує інноваційні підходи й у процесах управління підприємством, його логістичній діяльності, виконанні управлінських функцій тощо. Перспективним напрямом розвитку ритейлера має стати також застосування результатів науково-технічних прогресів не тільки у внутрішніх механізмах діяльності, а й у зовнішніх, що допоможе певним чином знизити собівартість діяльності та примножити прибутки підприємства.

Ключові слова: інноваційна діяльність; ТОВ «Сільпо Фуд»; інноваційні вектори діяльності ТОВ «Сільпо Фуд»; інноваційні проекти ТОВ «Сільпо-Фуд»; онлайн замовлення та доставки.

Список використаних джерел

1. Фатхутдинов Р. А. *Инновационный менеджмент* : учеб. для вузов. 6-е изд. СПб. : Питер, 2011.
2. Шумпетер Й. А. *Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала и цикла конъюнктуры)* : Пер. с нем. / Й. А. Шумпетер.-М. : Прогресс, 1982.
3. Кондратьев Н. Д., Опарин Д. И. *Большие циклы конъюнктуры: Доклады и их обсуждение в Институте экономики*. -М., 1928.-287 с.
4. Мизрова О. А. *Розвиток і сучасний стан теорії інновації. Вісник Саратовського державного технічного університету*. 2006. №3 (15). С. 152-162.
5. Джозеф Пайн, Джеймс Гілмор. *Економіка вражень*.
6. Cooke I., Mayers P. *Introduction to Innovation and Technology Transfer*. Boston : Artech House, Inc., 1996.
7. Соколюк К. Ю. *Інвестиційний проект як засіб реалізації інвестиційних ресурсів. Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: Економічні науки*. 2013. № 2(77). С. 82-91.
8. Федоренко В.Г. *Інвестиційний менеджмент. [навч. посіб.]*.-2-ге вид., доп.-К.: МАУП, 2011.-280с.
9. Халикова К. С., Рижкова С. К. *Оцінка впливу чинників на основі когнітивного моделювання та експертної оцінки. Гуманітарні наукові дослідження*. 2016. № 2 (54). С. 300-303.
10. *Organizational Health Index / McKinsey & Company*
11. *Інноваційна діяльність ТОВ «Сільпо Фуд» URL: <https://rau.ua/ru/press-release/try-silpo-voshly-v-25-magazynov/> (дата звернення 27.11.2021).*