

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ РЕГИОНА

Прокопьева И.Э.¹, Яковлева А.В.²

¹Мурманский филиал «Российский университет кооперации» Центросоюза РФ, г.Мурманск, Россия, kreg@chuvsu.ru

²ФГБОУ ВПО «Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова», Россия, г. Чебоксары, yakovleva-a-v@mail.ru

Экономическим основанием для применения позиционно-матричного подхода является пространственно-территориальная характеристика инновационного и инвестиционного процесса, проявляющаяся в системной ограниченности распространения специфики экономических явлений, наличием сходных и различных типов образования явлений. Это позволяет применять на основе позиционно-матричного подхода типологические методы проведения и отслеживания инновационных мероприятий в розничных торговых сетях. Инновационное развитие розничной торговой сети региона - это специфическая форма хозяйственно-экономической деятельности торговой сети, способствующая максимальному извлечению прибыли в условиях ограниченности региональных ресурсов. Поэтому инновационное развитие розничной торговой сети в регионе в широком смысле слова предполагает эффективное использование условий внешней среды, которые сформировались на донной территории. Без новых инновационных подходов к организации инновационной деятельности в розничных торговых сетях этого невозможно сделать. Но инновационное развитие торговых сетей во многом формируется и развивается на основе ресурсного потенциала региона. Выделение инновационных составляющих объективно выдвигает необходимость совершенствования системы управления этим процессом. Прежде всего, это касается установления временных интервалов, различных вариантов реализации управленческих решений. Поэтому объективность намеченных торговой организацией стратегических и текущих задач, их эффективность зависит от правильного определения набора инструментов управления торговой организацией при осуществлении инновационной деятельности в области совершенствования технологий торгового процесса, использования новых приемов и способов непосредственно в самом управлении розничной торговой сетью

Ключевые слова: торговые сети, оптимизация, каналы торговой сети, инновации, матричный подход, региональная специфика торговли, позиционирование.

THE MANAGEMENT OF INNOVATION IN RETAIL TRADING NETWORK OF THE REGION

Prokopyeva I.E.¹, Yakovleva A.V.²

¹Murmansk branch of the Russian University of cooperation» Centrosoyuz of the RF, Murmansk, Russia, kreg@chuvsu.ru

²FSEI HPE «the Chuvash state University. I.N. Ulyanov», Russia, Cheboksary, yakovleva-a-v@mail.ru

The economic basis for the application of the position-matrix approach is the spatial characteristics of the innovation and investment process, which is manifested in a system of limited distribution specifics of the economic phenomena, the presence of similar and different types of education phenomena. This allows you to apply on the basis of positional-matrix approach typological methods of implementation and monitoring of innovative activities in retail trade sethincan development of retail trading network of the region is a specific form of economic activity of a trading network, contributing to the maximum profit under the conditions of limited local resources. Therefore the innovative development of the retail trade network in the region in the broad sense of the word, means efficient use of the environment, which formed on the bottom of the territory. Without new innovative approaches to the organization of innovative activity in retail it is impossible to do. But innovative development of trading networks largely formed and developed on the basis of the resource potential of the region. The provision of innovative components objectively suggests the necessity of improving the system of management of this process. First of all it concerns setting time intervals of different variants of realization of administrative decisions. Therefore, objectivity of the planned trade organization's strategic and current tasks, their effectiveness depends on the proper definition of a set of management instruments trade organization, implementation of the innovative activity in the field of improvement of the technologies of the trading process, using new techniques and methods directly in the management of the retail trade network

Keywords: trade networks, optimization, channels trading networks, innovations, matrix approach, regional specifics of trade, positioning.

Актуальность данной проблемы обусловлена необходимостью научного поиска путей решения важной экономической проблемы, связанной с организацией инновационной деятельности в розничных торговых сетях, поскольку в ходе экономических реформ в России они претерпели фундаментальные изменения, как в теории, так и в практике управления.

С момента своего появления в России сетевая розничная торговля претерпела несколько основных этапов развития. На первых этапах рост розничных торговых сетей обеспечивался за счет экстенсивного развития: «переформатирования» существующих торговых предприятий, слияний и поглощений, развития франчайзинга. В условиях низкого насыщения рынка предприятия розничной торговли не испытывая сильного конкурентного давления, увеличивали обороты в основном за счет перехода на цивилизованные формы торговли.

Начиная с 2005 г. отрасль перешла в зрелую стадию, которая характеризуется замедлением роста покупательского спроса, обострением конкуренции, «второй волной» выхода на российский рынок крупнейших мировых розничных компаний, ростом требовательности потребителей к качеству сервиса и продукции, снижением прибыльности отрасли, возрастающей ролью сделок слияний и поглощений в развитии торговых предприятий. Розничные торговые сети на данном этапе развития вынуждены развиваться интенсивно, проводить внутреннюю оптимизацию бизнес-процессов, улучшать логистику. Важную роль в их развитии в современных условиях приобретает умение эффективно управлять инновационными процессами.

Следует отметить, что проблемы организации инновационной деятельности в розничных торговых сетях являются малоисследованными. В значительной мере это связано с тем, что долгое время и сама система торговли оставалась на периферии научного наблюдения. С началом экономических реформ на протяжении 1990-х гг. появилась острая потребность в системном изучении общих и специфических свойств торгового бизнеса, его организации, закономерностей развития и управления, его межотраслевых и инфраструктурных взаимосвязей.

В настоящее время на первый план выдвинулись проблемы поиска инвестиций, на базе которых могло бы осуществляться инновационное развитие торговых систем. Однако экономическая наука до сих пор предлагала разработки преимущественно для отраслей материального производства, поэтому специфика торговли в этом плане пока недостаточно изучена. Инновации в торговле продолжают анализироваться лишь в узком спектре оказываемых услуг, а вопросы организации инновационной деятельности в розничных торговых сетях продолжают оставаться за пределами детального экономического анализа. В современных условиях неизмеримо возрастает потребность в исследовании организации

инновационной деятельности в розничных торговых сетях и управления ими.

Интеграционные процессы в российской экономике привели к возрастанию требований потребителя к уровню предоставляемого сервиса, цене и качеству товара. Особенно сильно эти требования затрагивают сферу розничной торговли. Современные экономические условия хозяйствования требуют разработки нового подхода к организации деятельности в розничных торговых сетях с точки зрения рационализации и оптимизации процесса ее инвестиционного и инновационного развития на региональном уровне. Проведенное экспертами экономическое исследование о перспективах инновационного развития розничной торговой сети в регионах выявило, что менеджмент направлен на извлечение максимальной прибыли, которую можно получить, используя трудовой потенциал и торговую емкость за счет эффективного использования региональных особенностей территории. При этом, если организация деятельности розничной торговой сети ранее ориентировалась на краткосрочные мероприятия в рамках региона, то сегодня, в условиях когда торговая сеть достаточно плотная по территории, они меняют стратегию развития, надолго закрепляясь на выбранной территории.

Вопросы эффективности предприятий розничной торговли, несмотря на наличие многочисленных работ, не нанесли должного отражения в практике розничной торговли и требуют дальнейшего их обоснования. Прежде всего, это касается внедрения инновационных подходов к организации и управления сетью розничной торговли в регионах. В настоящей работе делается попытка методического обоснования инновационных подходов в развитии розничной торговой сети на территориях обоснования методов внедрения инноваций в торговлю.

Жесткая конкуренция в современных условиях настоятельно требует выявления и обоснования наиболее оптимальных путей товародвижения. Для этого торговым сетям необходимо работать над самосовершенствованием, отлаживать всю цепочку товародвижения: от производства товаров, либо их оптовой закупки, до непосредственного контакта с потребителем, не забывая о том, что конечной целью торговых сетей является получение прибыли именно путем удовлетворения потребностей покупателя.

В основу исследования нами приняты позиционно-матричный подход. Экономическим основанием для применения позиционно-матричного подхода является пространственно-территориальная характеристика инновационного и инвестиционного процесса, проявляющаяся в системной ограниченности распространения специфики экономических явлений, наличием сходных и различных типов образования явлений. Это позволяет применять на основе позиционно-матричного подхода типологические методы проведения и отслеживания инновационных мероприятий в розничных торговых сетях.

Отслеживание целостного знания о розничной торговой сети и об инновационных процессах вовне их согласовании с помощью управленческих решений позволяет расширить каналы логистической цепи. При этом следует использовать субъектно-предикатную связь, позволяющую на основе логики и позиционно-матричного подхода технологично выделить необходимые факторы, обеспечивающие целостное восприятие экономического пространства и отдельных инновационных мероприятий в розничных торговых сетях по всей территории региона.

Таким образом, инновационные процессы позволяют гибко реагировать на изменения внешней среды, определить основные направления и создают условия для эффективного развития современных розничных торговых сетей. Для этого требуется научно обоснованная организация торгового дела с точки зрения развития инновационной деятельности на уровне региона. Это, в свою очередь, находит отражение в подготовке и принятии инновационных решений и стратегических действий торговых предприятий в рамках регионов, в пределах которых они расположены. По сути, это и есть обеспечение инновационного развития, представляющего составную часть менеджмента торговой сети. В свою очередь это функция управления торговлей, которая предполагает непрерывность инновационного процесса. Таким образом, организация инновационной деятельности в розничных торговых сетях в современных условиях это главная задача торговой сети, которая обеспечивает ей стабильность в развитии при ограниченности торговых ресурсов в регионе [5, с. 113].

Инновации розничной торговой сети – это современные решения, направленные на интенсификацию торговых и экономических процессов в регионе путем приобретения нематериальных активов, лицензий, патентов, дающих возможность осуществлять торговую деятельность на более эффективном и конкурентоспособном уровне по сравнению с конкурентами.

С этих позиций инновационное развитие розничной торговой сети региона – это специфическая форма хозяйственно-экономической деятельности торговой сети, способствующая максимальному извлечению прибыли в условиях ограниченности региональных ресурсов. Поэтому инновационное развитие розничной торговой сети в регионе в широком смысле слова предполагает эффективное использование условий внешней среды, которые сформировались на данной территории. Без новых инновационных подходов к организации инновационной деятельности в розничных торговых сетях этого невозможно сделать. Но инновационное развитие торговых сетей во многом формируется и развивается на основе ресурсного потенциала региона. Поэтому понимание термина "инновационное развитие" с позиций поливариативности управления процессами, необходимо расширить свойствами адаптивного характера, позволяющими повысить

способность розничной торговой сети предвидеть изменения внешней и внутренней среды в регионе, ее функционирования за счет органичной увязки намеченных целей с объемом и структурой ресурсов [1, с. 75].

Таким образом, инновационное развитие розничной торговой сети в регионе это:

1. Определение миссии торговой сети в регионе, с учетом региональных условий, и предпосылок для инновационного развития и функционирования;
2. Обоснование методологии деятельности розничной торговой сети в регионе;
3. Определение целей, задач и долгосрочных направлений инновационного развития розничной торговой сети в регионе;
4. Обоснование ожидаемых результатов деятельности торговой сети от реализации инновационных проектов;
5. Организация инновационной деятельности в розничных торговых сетях региона и способов достижения заданных параметров эффективности с учетом особенностей данной территории;
6. Определение тактических и операционных планов инновационного развития розничной торговой сети, обеспечивающих создание условий, необходимых для реализации стратегий управления розничной сетью в регионе.

Выделение инновационных составляющих объективно выдвигает необходимость совершенствования системы управления этим процессом. Прежде всего, это касается установления временных интервалов, различных вариантов реализации управленческих решений. Поэтому объективность намеченных торговой организацией стратегических и текущих задач, их эффективность, зависит от правильного определения набора инструментов управления торговой организацией, при осуществлении инновационной деятельности в области совершенствования технологий торгового процесса, использования новых приемов и способов непосредственно в самом управлении розничной торговой сетью [4].

Решение об инновационном развитии и повышении эффективности деятельности розничной торговой сети в регионе находится в области стратегических решений о необходимом уровне общефирменного потенциала и рационализации процесса построения управленческих отношений (рисунок). Чем меньше внешний и внутренний конкурентный потенциал инновационного развития, тем больше вероятность ограниченных возможностей в управлении розничной торговой сетью и больше ориентация на операционный характер намечаемых проектов. Соответственно, чем большее количество рыночных сегментов находится в сфере интересов торговой сети региона, тем выше внешний конкурентный потенциал инновационного развития и тем необходимей развитие межфирменных управленческих отношений в области привлечения стратегических инвесторов. Следует

помнить, что обеспечение инновационного развития на уровне привлечения стратегических инвесторов требует согласованной деятельности всех его функциональных составляющих.



Процесс организации инновационной деятельности в розничных торговых сетях

Составлено автором

Поскольку управление конкурентоспособностью розничной торговой сети опирается на стратегию развития, становится очень важным ее финансовое и ресурсное обеспечение для достижения главной цели. При этом необходимо всесторонне учитывать неустойчивость внешней среды (макроэкономическая неустойчивость национальной экономики), высокий уровень конкуренции в торговой сфере [5, с. 127]. Условием прекращения взаимоотношений стратегического инвестора с розничной торговой сетью является высокий уровень ресурсной зависимости. При этом построение союза со стратегическим инвестором невозможно, поскольку всегда будет возникать конфликт экономических интересов субъектов инновационного процесса. Устранение этих противоречий позволит создать спектр инновационных стратегий управления розничной торговой сетью в регионе. Следовательно, обеспечение условий для реализации инновационного процесса в розничной торговой сети необходимо совершенствовать саму торговую деятельность, диверсификация, а также

рационализировать и оптимизировать отношения между субъектами инновационного процесса.

Таким образом, инновационная стратегия управления розничной торговой сетью в регионе – это комплекс мероприятий, проводимых сетью в рамках ограниченных ресурсов, в условиях постоянно меняющейся рыночной конъюнктуры. При этом возникают риски и неопределенности в инновационном процессе, успешное преодоление которых приводит к реализации синергетического эффекта в отрасли.

Список литературы

1. Васькин Е.В. Инновационное развитие торгового предприятия в современных рыночных условиях. – М: Палеотип, 2004. – 132 с.
2. Коно Т. Стратегия и структура японских предприятий. Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1987. –384 с.
3. Николаева А.Н., Яковлев А.Е. Формирование региональной инновационной системы с учетом экономической безопасности // Актуальные проблемы экономической теории и региональной экономики. – 2013. - №4(12). – С. 72-79.
4. Уткин Э.А. Стратегическое планирование. – М: Тандем, 1998. –17 с.
5. Яковлев А.Е., Матвеев Е.А. Проблемы коммерциализации инновационного продукта в региональной экономике // Актуальные проблемы экономической теории и региональной экономики. – 2013. - №4(12). – С. 112-121.

Рецензенты:

Малютин А.С., д.э.н., профессор, зав. кафедрой экономики и финансов Российского государственного университета, г. Чебоксары;

Данилов И.П., д.э.н., профессор кафедры региональной экономики и предпринимательства ФГБОУ ВПО «Чувашский государственный университет им. И.Н.Ульянова», г. Чебоксары.