

ІННОВАЦІЇ ЯК ОДИН ІЗ НАПРЯМІВ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Марціоняк З. І., студентка

*Науковий керівник: Мавріна А. О., к.е.н., доцент
Національний університет «Львівська політехніка»*

Відсутність умов для широкого використання сучасного інноваційного інструментарію, дефіцит коштів на системний інноваційний розвиток підприємств споживчої кооперації, є тими чинниками, які не дають змоги ефективно використовувати в українській економіці позитивний іноземний досвід проведення інноваційної політики.

Досліджуючи основні тенденції інноваційного розвитку системи споживчої кооперації, необхідно відзначити, що впровадження інновацій як на загальному, так і регіональному рівнях, в кооперативних підприємствах мають епізодичний характер та стосується лише окремих напрямів діяльності або суб'єктів господарювання. Дана ситуація не може забезпечити належний інноваційний розвиток системи споживчої кооперації та потребує розробки загальної стратегії інноваційного розвитку.

До основних причин інертності щодо впровадження інновацій у підприємствах системи споживчої кооперації належать:

- дефіцит фінансових ресурсів для забезпечення інноваційного розвитку системи споживчої кооперації;
- консервативні погляди щодо діяльності системи споживчої кооперації та небажання проводити радикальні реформи як на загальному рівні, так і на рівні окремих структурних підрозділів та первинних ланок;
- невизначеність результатів впровадження інновацій у реальному фінансовому результаті та високий термін окупності інвестицій;
- необхідність запровадження ефективних методик проектного менеджменту;
- відсутність ефективних механізмів матеріального стимулювання персоналу для впровадження інновацій у діяльність окремих підприємств та структурних підрозділів [1].

Проте, існують напрямки традиційного та інноваційного розвитку підприємств споживчої кооперації, а саме торговельної мережі ЛЕОКС: техніко-технологічне забезпечення та модернізація основних фондів, програмно-інформаційне забезпечення, стандартизація бізнес-процесів, категорійний менеджмент, програма лояльності для клієнтів, розвиток бренду, застосування нових форматів діяльності, використання освітньої системи для підвищення кадрового потенціалу, впровадження нових “прайвет лейбл” або приватних торгових марок, застосування розподільчих центрів.

У перспективі актуальним може бути впровадження аутсорсингу, франчайзингу, рефреймінгу, бенчмаркінгу та інших засобів інноваційного розвитку.

Питання щодо акціонування, поглинання або злиття для системи споживчої кооперації вимагає відповідного нормативно-документального забезпечення [2].

Поряд із вищенаведеним, до конкурентних переваг, пов'язаних з інноваційною діяльністю, можна віднести пропозиції унікального товару чи послуги, унікальних методів їх виробництва та реалізації; пропозицію ліцензованих продуктів; спроможність змінювати характер конкуренції (з цінової на нецінову); нову концепцію товарів, продукції, послуги, процесу чи методу здійснення діяльності; зміну методів взаємодії між елементами системи з підвищення ефективності менеджменту, логістики, організації мереж тощо [3].

Необхідно зазначити, що в останні роки для підприємств споживчої кооперації активно застосовуються засоби розвитку бренду споживчої кооперації. Для підприємств споживчої кооперації Львівщини брендом є обраний колір – зелений, в який перефарбовано всю торговельну мережу, при цьому застосовується однотиповий дизайн оформлення магазинів з відповідними вивісками та іншими засобами графічного дизайну. Таким чином, торговельні підприємства споживчої кооперації відображаються не як окремі суб'єкти господарювання, а як потужна торговельна мережа.

Виходячи із вищенаведеного, можемо зробити висновок, що для підприємств споживчої кооперації у процесі її реформування актуальним є впровадження інновацій у всіх видах діяльності і технологічних процесах.

Література.

1. Вісник Львівської комерційної академії / [ред. кол.: Башнянин Г.І., Апопій В.В., Вовчак О.Д. та ін.]. – Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2013. – Вип. 40. – 162 с.
2. Блонська В.І. Ефективність впровадження інноваційних технологій у торговельних мережах / В.І. Блонська // Вісник ЛКА. – 2011. – Вип. 37. – С.159-165.
3. Мазаракі А. Інновації як джерело стратегічних конкурентних переваг / А. Мазаракі, Т. Мельник // Вісник КНТЕУ. – 2010. – №2. – С. 5-17.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА НАПРЯМИ АКТИВІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Машилій С. О., студент

Науковий керівник: Вуйцик О. І., к.е.н, доцент

Львівський національний університет імені Івана Франка

Важливим напрямом активізації розвитку національної економіки, підвищення рівня життя населення та формування знань іноземних громадян про Україну є розвиток туризму. Як відомо, наша країна володіє багатим туристичним та рекреаційним потенціалом. Україна відзначається як великою кількістю історико-культурних пам'яток, так і неоціненними природними перлинами. Значними є рекреаційні можливості рідного краю. Слід зазначити, що у нашій країні функціонує велика кількість санаторно-курортних та оздоровчих закладів. Так, за даними Державної служби статистики України у 2014 році налічувалося 320 санаторіїв та пансіонатів з лікуванням,