

Федюнин Д.В.¹

¹ *Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, г. Москва*

Условия и возможности построения инновационной модели устойчивого развития розничных торговых сетей

АННОТАЦИЯ:

В статье рассмотрены вопросы, связанные с тем, как розничные торговые сети (РТС) должны формировать, искать и принимать инновационные решения, выступая как один из продавцов блага или предлагая ряд эксклюзивных условий определенному стратегическому инвестору. В статье обосновано, что отсутствие или неэффективное функционирование рынка как определенного механизма, обеспечивающего установление равновесия на рынке, приводит к тому, что процессы формирования эксклюзивных или уникальных условий сделок становятся неэффективными, так как не работают механизмы создания цен, отражающие объективные принципы и методы управления инновационной деятельностью в торговле.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *инновационные решения, инновационное поведение, розничные торговые сети, торговля, инновационная деятельность, инновационная модель, устойчивое развитие*

JEL: F10, L81, O00

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:

Федюнин Д.В. Условия и возможности построения инновационной модели устойчивого развития розничных торговых сетей // Российское предпринимательство. — 2015. — Т. 16. — № 11. — с. 1649-1656. —

<http://journals.creativeconomy.ru/index.php/rp/article/view/245/>

Федюнин Дмитрий Валерьевич, д-р экон. наук, профессор кафедры рекламы Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, г. Москва (fedunine@mail.ru)

ПОСТУПИЛО В РЕДАКЦИЮ: 22.05.2015 / ОПУБЛИКОВАНО: 17.06.2015

ОТКРЫТЫЙ ДОСТУП:

<http://journals.creativeconomy.ru/index.php/rp/article/view/245/>

(с) Федюнин Д.В. / Публикация: ООО Издательство "Креативная экономика"

Статья распространяется по лицензии Creative Commons CC BY-NC-ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>)

ЯЗЫК ПУБЛИКАЦИИ: русский



При поиске инновационных решений полезно иметь некоторую общую схему, концептуальную структуру, помогающую организовать ее представление о динамике развития внешней и внутренней сред инновационной деятельности розничных торговых сетей (РТС). В самом простом виде исследуемая модель представляет процесс формирования и поиска инновационных решений в торговле как процесс, который включает взаимосвязанные этапы (рис. 1):

1. выявление, а также формулирование задачи, проблемы применительно к управлению инновационной деятельностью в РТС посредством применения прошлого опыта, а также имеющихся данных о деятельности;

2. принятие различных инновационных решений и их реализация;

3. оценка результатов осуществления инновационных решений по критерию установления способов их модификации, добавления указанных результатов к текущему опыту, используемому для последующего принятия эффективных решений в области управления инновационной деятельностью [1].

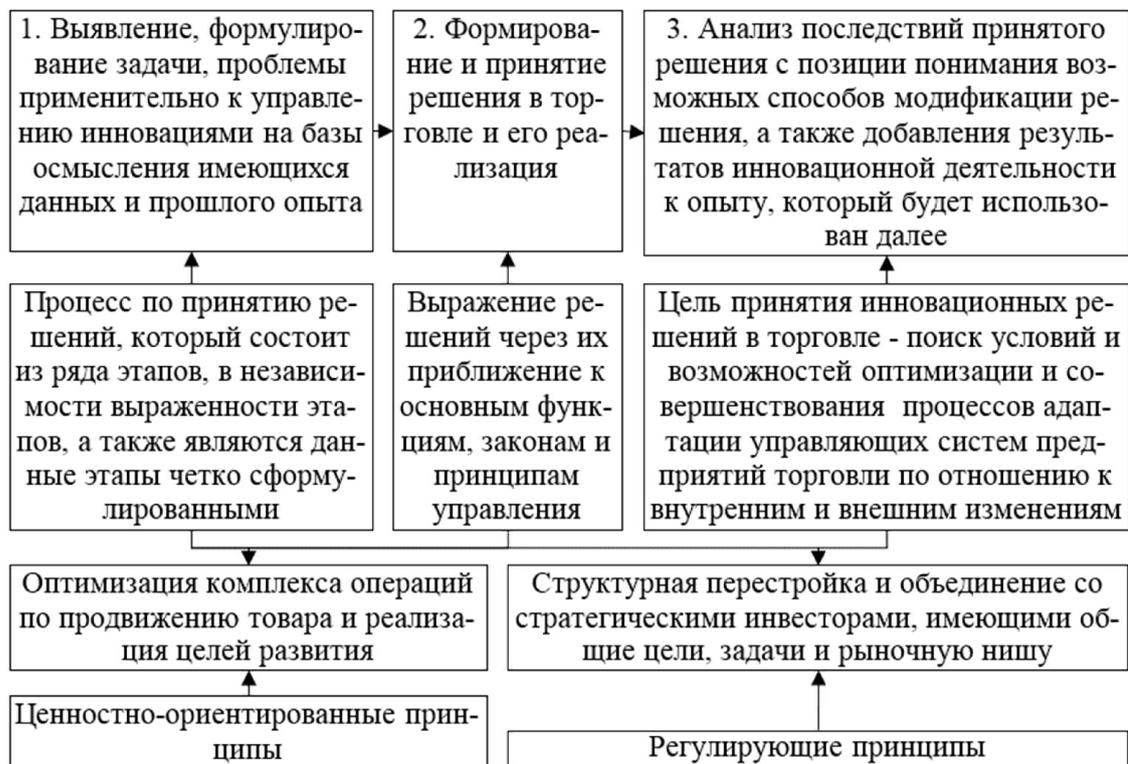


Рисунок 1. Схематическое описание процесса формирования и поиска инновационных решений в РТС

Иными словами, процесс формирования и поиска инновационных решений в РТС должен включать в себя выполнение определенных действий, а также обучение существующей управляющей системы РТС посредством применения опыта способам эффективной инновационной деятельности в будущем.

Подобным образом на уровне РТС управление следует рассматривать в качестве адаптивного механизма, посредством которого предприятия торговли постоянно перестраиваются для отыскания эффективных связей с участниками окружающей среды. Это, в результате, приводит к определенным логическим гипотезам в отношении формирования и принятия инновационных решений как важной практической и научной составляющих построения инновационной модели устойчивого развития РТС.

1. Процесс формирования, поиска и принятия инновационных решений в РТС следует рассматривать с позиций того, что он состоит из одинаковых этапов, в независимости от того, неявно или явно данные этапы выражены, выступают ли они интуитивными или четко сформулированными.

2. По крайней мере, в некоторых ситуациях принятие инновационных решений следует делать более эффективным на основе приближения данных решений к четко обозначенным, обоснованным и сознательным процессам формирования ключевых функций, принципов и законов управления инновационной деятельностью в РТС.

3. Целью принятия инновационных решений должно являться нахождение путей оптимизации и совершенствования процессов, связанных с адаптацией управляющей системы предприятий торговли к внешним и внутренним изменениям в характере инновационного процесса.

В классическом понимании инновационное решение – это коммерческая сделка двух договаривающихся сторон. Так как интерес вызывает содержательное понимание данного понятия, будем рассматривать инновационные решения как процессы, связанные с заключением соглашений о характерах взаимодействий участников инновационной деятельности в РТС, предусматривающие построение и осуществление действий, связанных с развитием взаимовыгодного партнерства и сотрудничества. Иными словами, для нас важно комплексное решение, связанное с необходимостью создания новой стратегии разработки и внедрения инноваций в отрасли. В этой

ситуации оптимизация комплекса инновационных решений будет направлена на обеспечение согласования интересов большинства участников, цены заключаемой сделки, механизма, обеспечивающего возмещение затрат для последующего создания предпосылок, обеспечивающих эффективное сотрудничество РТС и ее партнеров в будущем.

Формирование, поиск и принятие инновационных решений в РТС можно также рассматривать как факты, связанные с совпадением интересов РТС и ее партнеров при реализации ими целей перспективной инновационной деятельности. При этом сделаем допущение, что цели связаны исключительно их предпринимательскими мотивами, соответствуют миссиям РТС, партнеров, конъюнктуре рынка. Само по себе инновационное решение – это комплекс взаимосвязанных действий, направленных на удовлетворение потребности в определенных ресурсах.

Соответственно, формирование, поиск и принятие инновационного решения возможно лишь тогда, когда разработан механизм, сравнивающий обмениваемые ресурсы или их цены, который устраивает и совпадает с возможностями большинства участников инновационных мероприятий. Наконец, процессы планирования последовательности при реализации потребностей связан с установлением коммуникативных связей в рамках текущей организационной структуры участников инновационных мероприятий, связанных с определением механизма по возмещению затрат на максимально полное удовлетворение потребностей. Следовательно, РТС в рамках реализации услуг опосредовано включено в реализацию инновационных решений, связанных с согласованием последовательности действий по поиску, распределению и перераспределению ресурсов между большинством участников инновационной деятельности.

Иными словами, современные предприятия торговли для повышения уровня эффективности действий должны иметь достаточный информационный потенциал, который позволял бы персонифицированно взаимодействовать с партнерами путем нахождения приемлемого варианта совершения инновационного мероприятия, что делает фактически обязательным элементом процесса разработки и внедрения инноваций в торговле действия в области анализа спроса, проведения маркетинговых исследований рынка, осуществления логистического планирования [2]. В этих условиях

очевидно, что изменяющаяся рыночная экономика, в рамках которой формируется инновационная модель устойчивого развития РТС и принимаются инновационные решения, создает многофакторное информационное пространство, оперативная работа в границах которого и выступает детерминантом, который определяет все последующие действия современных предприятий торговли.

Каждое предприятие торговли в процессе своей инновационной деятельности вынуждено реализовывать инновационные решения, анализируя соответствующие информационные потоки. Указанная зависимость, как правило, обусловлена важностью достижения краткосрочных и долгосрочных целей, изначально поставленных перед РТС. Так, выход на целевые рынки с новыми товарами предусматривает изучение информации, которая касается условий по вхождению на целевые рынки, действующих на рынках конкурентов, их товаров, возможных шагов конкурентов, имеющих негативный, позитивный характер применительно к условиям и возможностям разработки и внедрения инноваций в РТС.

Также указанные действия РТС обычно сопряжены с рисками как важными характеристиками меняющейся рыночной экономики. Они отобраны не случайно, так как риск – это совокупность экономических потерь для РТС, которая возникает тогда, когда РТС для получения требуемого уровня прибыли следует принимать в условиях максимальной неопределенности совокупность ответственных инновационных решений. Также неопределенность выступает причиной, связанной с беспокойным и тревожным состоянием руководства и, как следствие, значительно снижает уровень эффективности принимаемого инновационного решения, что опять же приводит к новым экономическим потерям для РТС.

Инновационное поведение – это комплекс определенных методических приемов, которые регламентируют отношения между РТС и ее партнерами по поводу формирования и использования ресурсов. Оно определяет действия на рынке, формирует рыночные позиции с учетом состояния и уровня единого фонда ресурсов, позволяет централизованно и рационально решать ряд вопросов устойчивого развития РТС и ее партнеров. Поскольку в исследовании рассматриваются вопросы развития методов управления инновационной деятельностью в торговле, то необходимо заметить, что выбор характера инновационного поведения относится больше к тактической стороне

управления инновациями в РТС, так как ключевым здесь выступает создание достаточного высокого уровня товарного потенциала, а также поддержание требуемого уровня платежеспособности спроса на продукцию РТС. Инновационный потенциал современной торговли России призван обеспечить возможность построения комплекса высокоэффективных ресурсных потоков. Указанный тезис подтверждается смыслом рассматриваемого понятия «инновационный потенциал» [3], в классическом варианте который предполагает определенную совокупность ресурсов и действий, применяемых для достижения намеченной цели инновационной деятельности. Расширим границы указанного определения путем акцентирования внимания на содержательных моментах инновационного потенциала.

Для этого обозначим инновационный потенциал как совокупность ресурсов инновационной деятельности в торговле, требующих регламентации следующих аспектов, рассмотренных на рисунке 2.

Таким образом, выбор вида инновационного поведения РТС относится к тактической стороне деятельности, поскольку содержательное рассмотрение указанных терминов позволяет установить процессуальную общность, а также единые объекты для изучения. Сюда, например, можно включить такие объекты, как: взаимодействие РТС и ее партнеров, оценка их текущего положения, определение ориентиров управления инновационной деятельностью в торговле.

Фактически, указанное методологическое рассмотрение позволяет проявить двойственный характер, связанный с инновационным поведением РТС, когда в понятие комплексности вкладывается и учет характеристик инновационных решений, и анализ ситуаций, которые привносятся определением сущности понятия «инновационного потенциала».

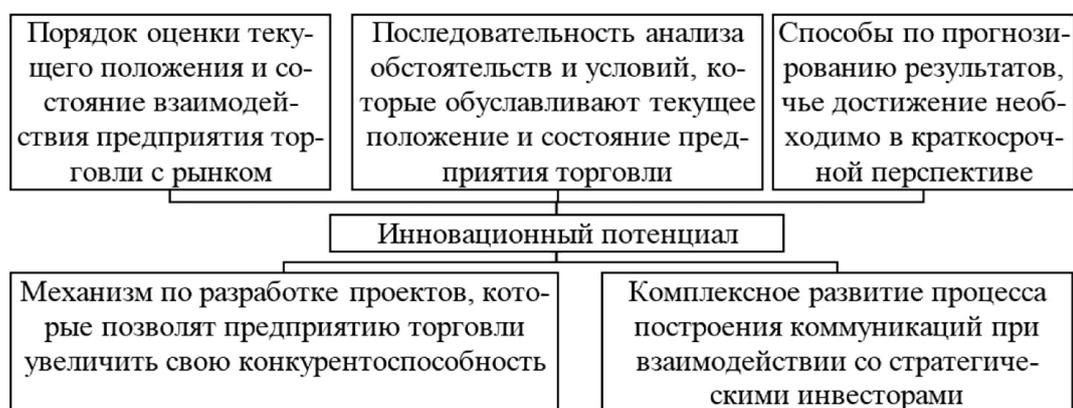


Рисунок 2. Смысловое понимание содержания инновационного потенциала предприятия торговли

В этих условиях инновационная модель устойчивого развития РТС связаны либо с ориентацией предприятий торговли к выполнению проектов долгосрочной перспективы, либо с решением ключевых приоритетных задач. Выбор характера инновационного поведения связан с экономической природой базовых критериев инновационной деятельности: важность достаточной ресурсной подпитки действий, их пространственную и временную ограниченность, совокупность условий и возможностей для развития РТС. Отсюда проблематика построения инновационной модели устойчивого развития РТС тесно связана с процессом формирования, поиска и принятия инновационных решений, так как они регламентируют наполненность, направленность и обеспеченность ресурсных потоков. Именно здесь проявляется единство принимаемых решений с качеством формирования мероприятий инновационной деятельности современных РТС.

Выбор и обоснование конкретных базовых способов формирования инновационной модели устойчивого развития РТС связан с самим понятием эффективности функционирования предприятий торговли, которое означает, что у РТС есть свойства, которые создают конкурентные преимущества для потенциальных потребителей (контрагентов). Относительность каждого вида эффективности РТС следует заставлять подходить к осознанному выбору подходов к управлению инновационной деятельностью в торговле с учетом аналогичных характеристик. Также можно выделить следующие группы целей, связанные с управлением инновационной деятельностью в торговле. Практические (прикладные) цели в области управления инновационной деятельностью в торговле - оценка состояния, а также развития объектов оценки; определение, изучение факторов, которые влияют на эффективность; анализ проблем и формулирование рекомендаций, связанных с их устранением; повышением эффективности реализации инновационной модели устойчивого развития РТС.

ИСТОЧНИКИ:

1. Моррис У. Т. [Наука об управлении. Байесовский подход](#). — М.: Мир, 1971. — С. 17.
2. Ноздрева Р.Б., Цыгичко Л.И. [Маркетинг: как побеждать на рынке](#). — М: Финансы и статистика, 1991. — 304 с.
3. Бернан И., Колли Ж.-К. [Толковый экономический и финансовый словарь](#): В 2-х т. — М: Международные отношения, 1994.

Dmitry V. Fedyunin, Doctor of Science, Economics, Professor of the Chair of Advertisement, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow

The conditions and possibilities of construction of an innovation model for stable development of trade networks

ABSTRACT:

The article touches upon the matters related to how the retail trade networks (RTN) must form, search and adopt innovative decisions, acting as a vendor of a good or offering a number of exclusive conditions to a certain investor. In the article, it is proved that the absence or non-efficient functioning of the market as a certain mechanism that ensures setting a balance in the market leads to the fact that the processes of forming exclusive and unique conditions of transactions become non-efficient since the price setting mechanisms reflecting the objective principles and methods of innovational activity management in trade do not work.

KEYWORDS: innovative decisions, innovative behavior, retail trade networks, trade, innovation activity, innovation model, stable development
