

# ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ СРЕДЫ В СЕТЕВОЙ ТОРГОВЛЕ КАК УСЛОВИЕ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНЫХ ИННОВАЦИЙ



**Кириллова Татьяна Викторовна,**

докторант, кандидат экономических наук, доцент высшей школы сервиса и торговли, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; 195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 29 kirillova\_tan@rambler.ru



**Яненко Марина Борисовна,**

доктор экономических наук, профессор высшей школы сервиса и торговли, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; 195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 29 yanenko\_57@mail.ru

В статье рассматриваются особенности формирования инновационной среды в торговле. Авторы обосновывают, что потребностям и запросам покупателей соответствует развитие сетевой торговли, в частности, мультиформатность. Выявлены взаимосвязи между диффузией технологических инноваций и качеством функционирования инновационной среды в торговле. Появление новых компьютерных программ, внедрение современных информационных технологий способствует ускорению инновационных процессов торговли. Для анализа эффективности инновационной деятельности авторы использовали метод расчета показателя Like for Like, новизна заключается в установлении взаимосвязи данного показателя и уровня инновационной активности розничной торговой сети. Информация, полученная в ходе такого анализа, позволит разработать эффективную стратегию инновационного развития предприятия и тем самым повысить его конкурентоспособность.

**Ключевые слова:** инновации; инновационная среда; розничные торговые сети; торговые предприятия; уровень инновационной активности розничной торговой сети; ретейл; розничная торговля.

Инновационная среда в торговле характеризуется динамичностью развития, что оказывает положительное влияние на российский рынок розничной торговли. Инновационный характер развития торговли обуславливает широкое распространение современных торговых форматов, применение новых логистических и управленческих решений, совершенствование информационных технологий.

Инновационная среда в сетевой торговле формируется под воздействием внешних условий, определяющих инновационный климат в отрасли, а также внутренней среды сетевого предприятия, реализующей его инновационный потенциал (рис. 1). Степень воздействия отдельных компонентов внешней среды зависит от масштаба предприятия, территориаль-

ного расположения и других особенностей. Как правило, крупные розничные торговые сети испытывают большую зависимость от факторов макроокружения, чем предприятия небольшого масштаба [1]. В то же время определяющими для развития инновационного потенциала торгового предприятия являются материально-техническая база, организационная структура управления, квалификация кадров, коммерческая

работа по организации продаж и др. Создание благоприятной инновационной среды в сетевой торговле позволит добиться высоких финансово-хозяйственных показателей деятельности розничной торговой сети.

Продовольственный ретейл обладает высокой торговой мобильностью, что создает условия для синергетики взаимодействия традиционных и современных форматов. Структура оборота розничной

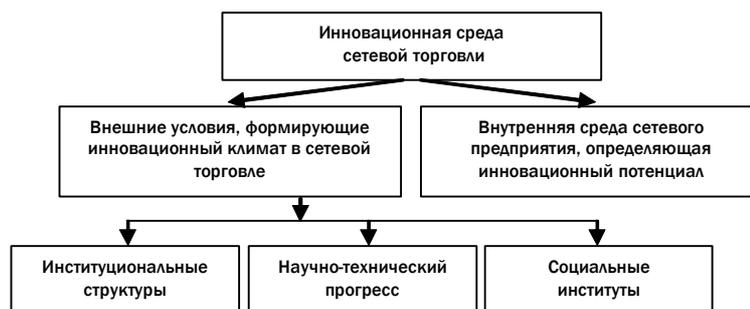


Рис. 1. Характеристика инновационной среды в сетевой торговле