

поведінки агентами; по-п'яте, усунення бухгалтерського опортунізму в корпоративних структурах при реалізації облікової політики і професійних суджень бухгалтерами.

Перелік використаних джерел:

1. Stolowy H. Financial accounting and reporting. A global perspective. 4th ed. / H. Stolowy, M.J. Lebas, Y. Ding. – Cengage Learning, 2013. – 666 p.
2. Bushman R.M. Financial accounting information and corporate governance / R.M. Bushman, A.J. Smith // Journal of Accounting and Economics. – 2001. Vol. 32. – P. 237–333.
3. Бруханський Р. Ф. Методика ведення стратегічного фінансового обліку на підприємствах: інжиніринговий аспект. Бухгалтерський облік і аудит. 2014. № 8. С. 18-28.
4. Wagenhofer A. Agency theory: usefulness and implications for financial accounting / A. Wagenhofer // The Routledge companion to financial accounting theory. Ed. by S. Jones. – Routledge, 2015, P. 341-365.

УДК 336

Чуй Юрій

студент групи ПШм-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Панухник Олена

доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

Yuriy Chuy

student of the group PPM-51

Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Olena Panukhnyk

Doctor of Sciences (Economics), Professor
Head of the Department of Economics and Finance

Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ INTRODUCTION OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES TO THE MANAGEMENT OF A TRADE ENTERPRISE

На сьогодні, швидкий розвиток новітніх технологій та його вплив на економічний розвиток України зумовлюють введення інновацій в усі сфери економічної діяльності.

На сучасному етапі розвитку України, триматися на певному рівні та ефективно розвиватися можуть тільки ті підприємства, які добре організовані, ефективно стежать за персоналом та запроваджують інновації у свою діяльність.

Проаналізувавши наукову літературу щодо даної проблематики, можна зрозуміти, що є велика кількість різноманітних досліджень у цій сфері. Удосконалення розвитку інноваційної діяльності підприємств торгівлі не можливо без сучасних досягнень науки та техніки, втілених у нові технології, засоби комунікації, продукти, нові види послуг, нові методи технічного та організаційного управління [1].

Так, Іжевський В. В. вважає, що інновацією в торгівлі є кінцевий результат інноваційної діяльності. Виступає вона у вигляді удосконаленого організаційно-

управлінського та торгово-технологічного процесу, метою якої є досягнення економічного та соціального ефекту [2].

Колодяжна І. В. трактує інновації як «впровадження нових або значно змінених послуг і способів їх надання чи впровадження нових або значно змінених товарів (у випадку, коли інновація в послугах може привести до впровадження нових товарів)» [3].

Інновацію в торгівлі розглядають в основному з позиції торгового об'єкта, коли не зосереджується увага саме на споживачеві продукції.

Кожне окреме підприємство для себе обирає індивідуальний шлях інноваційного розвитку залежно обраної стратегії, внутрішніх можливостей та окреслених цілей. Тому, виникає необхідність обов'язково враховувати тенденції та програми розвитку економіки держави та окремих сфер економічної діяльності. Саме через це, інновації в торгівлі поділяє на напрями залежно від характеру інновацій і чинників стимулювання їх розвитку: - базові інновації; - економічні інновації; - продуктові; - ринкові та стратегічні; - організаційні та техніко-економічні; - соціальні [4].

Є такі форми торгівлі: електронна, мережева, торгівля у вигляді прямих продажів, дистанційна торгівля. У даний час саме мережа Інтернет використовується у торгівлі широко. Тому будь-яке торговельне підприємство може створити Інтернет-магазин, завести електронний каталог та свою власну візитну картку. Більшість торгових підприємств вводять нові зміни та швидко реагують на навколишнє середовище.

Найбільш ефективним засобом для вдосконалення розвитку інноваційної діяльності підприємств може стати інноваційна активність самих підприємств, зміна законодавства на підтримку малого бізнесу в галузі стимулювання нововведень у вигляді інвестиції з коштів бюджету, підтримка нових творчих ідей.

Інновації – це не відкриття чогось нового для усього світу, вони можуть стати новими саме для споживача. Природа інновацій залежить від технологічної складності, від пропозицій технологій на ринку і попиту на нові та вже існуючі товари [5].

Виходячи з вищевикладеного, можна сказати, що роздрібну торгівлю чекають ще більш кардинальні зміни, пов'язані з новітніми технологіями. Інновації допоможуть підвищити ефективність процесу продажу, оптимізувати витрати та збільшити конкурентоспроможність організації.

Перелік використаних джерел:

1. Ващенко Н. Сутність інновацій торговельного підприємства. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. 2014. №1 (28). С. 369-381.
2. Іжевський В. В. Інноваційний розвиток роздрібно торгівлі та ресторанного господарства у ринковому середовищі: дис. кандидата економічних наук: 08.00.04 / Львів. 2011. 189 с.
3. Колодяжна І. В. Проблеми і перспективи розвитку інноваційної діяльності торговельних підприємств України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2015. Вип. 5. С. 53-56.
4. Торговля, комерція, підприємництво : збірник наукових праць / редакц. кол.: Апопій В. В., Дайновський Ю. А., Скибінський С. В. та ін. Львів: Львівська комерційна академія, 2011. Вип. 12. 144 с.
5. Лігоненко Л. І. Інноваційний вектор розвитку торгівлі в Україні. *Товари і ринки*. 2011. № 1. С. 69-81.