

адаптация к реальным местным бизнес-процессам для повышения эффективности и оптимального удовлетворения запросов клиентов.

Следовательно, способность организаций общественного питания к внедрению инноваций, что само по себе невозможно без высоких темпов роста товарооборота, прибыли, рентабельности, финансовой устойчивости, является именно тем критерием, который определяет стабильность и устойчивость положения и развития данной отрасли на рынке и в экономике республики.

Р.П. Валевич, канд. экон. наук
БГЭУ (Минск)

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТОРГОВЛЕ

Устойчивое развитие инновационной системы обеспечивается усилиями всех субъектов хозяйствования независимо от форм собственности, размеров, решаемых задач, отраслевого признака.

В торговле Республики Беларусь начиная с 2000 г. были достигнуты высокие результаты в области развития товарооборота, удовлетворения покупательского спроса, насыщения рынка товарами, в том числе и отечественного производства. Однако говорить об инновационном потенциале отрасли пока рано. Крупные розничные сети, осуществляющие экспансию на внешние рынки, обладают существенными инновациями в области торгово-технологических процессов. К ним относятся новинки в технологиях обслуживания, автоматизации торговых процессов, управлении, построении оптимальных логистических цепей, глобализации закупок, воздействию на поставщиков, поддержании низких цен, перераспределении товарных ресурсов, получении финансовых ресурсов, создании торговых брендов.

Задача внедрения новых технологий названа управленцами отрасли, научными сотрудниками первоочередной среди ряда других, требующих решения в 2007 и последующих годах. Тем более, что в стране реализуется программа строительства 44 крупнейших магазинов и создания торговых сетей. Эти объекты в своей работе уже используют современные инновационные технологии, что дало им конкурентное преимущество перед традиционно работающими магазинами. Последние также уже несколько лет занимаются автоматизацией торгового процесса с использованием терминального оборудования для расчетов с помощью пластиковых карточек. Однако прорыва во внедрении инновационных технологий пока не произошло. К началу 2007 г. только 8 % магазинов были оборудованы упомянутыми устройствами, низкими являются и результаты работы по оснащению организаций специальными компьютерными системами (их имеют 0,7 % общего числа торговых объектов). Удельный вес безналичных расчетов за товары составил на эту же дату только 5 %. Скромные достижения в области внедрения инновацион-

ных технологий в продажи товаров (это только один элемент торговых технологий) обусловлены прежде всего недостатком финансовых ресурсов для финансирования процесса их внедрения.

Основными источниками финансовых ресурсов, направленных на создание и внедрение инновационных технологий, могут стать нераспределенная (чистая) прибыль, амортизационные отчисления, средства инновационного фонда. Все эти три источника пока ничтожно малы. Так, масса чистой прибыли за 2006 г. уменьшилась по сравнению с 2005 г. на 422 млн р. Удельный вес убыточных организаций в отрасли составил за 2006 г. 11,5 %, постоянно повышаются расходы по основной деятельности в связи с ростом тарифов на энергоносители (плюс 14,8 %), услуги связи (плюс 87 %), банков (проценты за кредит выросли на 18 пунктов, расходы на инкассацию выручки — на 26), транспортные расходы (плюс 9,8 %). В итоге темпы роста расходов торговых организаций обогнали темпы роста доходов и составили соответственно 140,2 и 139,4 %. Растет кредиторская, в том числе и просроченная, задолженность. Средства амортизационных фондов по определению должны идти на обновление оборудования, однако ввиду финансовых затруднений они часто используются не по прямому назначению. Средства инновационного фонда, созданного в отрасли недавно, также редко направляются на обновление торговых технологий. Все это свидетельствует о том, что требуется серьезная научная проработка проблемы, результатом которой должна стать разработка стратегической программы перехода на инновационные технологии, где должны быть четко определены их виды, этапы внедрения, источники финансирования, методы оценки эффективности.

*А.В. Владыко, канд. экон. наук
БГЭУ (Минск)*

МНОГОЦЕЛЕВОЙ ПОДХОД К ПЛАНИРОВАНИЮ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Современный подход к планированию базируется на синтезе методов экономической оценки хозяйствующих субъектов и моделей регионального (отраслевого) прогнозирования. В его основу закладываются концепция устойчивого развития и многокритериальная плановая модель, формализующая динамическую картину взаимодействия основных контрагентов потребительского рынка (поставщики, торговые организации, покупатели, инвесторы, региональные (отраслевые) органы управления). Это позволяет связать планы развития торговых организаций (субъектов потребительского рынка) с прогнозами социально-экономического развития региона (отрасли), спрогнозировать последствия реализации принимаемых управленческих решений в условиях