

торговли и движение баланса рыночной силы от производителей к продавцам можно назвать процессами объективными. Но при этом укрупнение белорусской розницы формирует ряд угроз. Например, вместе с ростом сегет на рынке появляются определенные ограничения конкуренции. Понятно, что розничные сети стараются следовать политике расширения ассортимента, но при этом велика вероятность, что отдельные производители будут лишены возможности поставлять туда свои товары. Развитие розничного бизнеса приводит к усилению конкуренции. Это может выражаться, например, в затруднении доступа на рынок для производителей сельхозпродукции и поставщиков продовольственных товаров, росте розничных цен при одновременном снижении качества товаров.

Исходя из всех вышеприведенных доводов, можно сделать вывод о неотвратимости процессов развития сетевого бизнеса в торговле, и поэтому повышение его эффективности возможно при улучшении государственного управления. Выдача разрешений на размещение объектов сетевого бизнеса должна происходить с учетом интересов потребителей, территориальных возможностей для развития и мирового опыта.

Литература

Слишком много гипермаркетов [Электронный ресурс] // Перспектива. — Режим доступа: <http://www.perspektyva.org/news/last/6078.html>. — Дата доступа: 02.03.2016.

Е.А. Лазурина
БГЭУ (Минск)

НЕОБХОДИМОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ СЦЕНАРНОГО ПОДХОДА К ПЛАНИРОВАНИЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Экономическое планирование является одной из важнейших функций управления деятельностью торговых организаций в рыночной экономике. Современный рынок предъявляет особые требования к торговле, и в этих условиях возникают новые предпосылки применения планирования и прогнозирования.

До 1970-х гг. традиционное планирование работало весьма неплохо. Циклы деловой активности были предсказуемы, обстановка стабильна, конкуренты хорошо известны, валютные курсы были фиксированными, ценообразование стабильным и поведение потребителей предсказуемым.

После «нефтяного шока» начала 1970-х гг. и перехода к плавающим валютным курсам предприятия столкнулись с радикально иной,

быстро изменяющейся обстановкой. Новые технологии, усиление и качественное преобразование конкуренции, значительное варьирование цен и другие необратимые изменения потребовали стратегического планирования иного типа. В условиях высокой неопределенности и быстрых изменений стало рискованным принимать стратегические решения, основанные на единственном вероятностном прогнозе. На этой почве американскими и немецкими экономистами, футурологами и специалистами в области развития технологий в 60–70-е гг. XX в. начала активно разрабатываться тема сценарного планирования. А успешный выход корпорации Royal Dutch Shell из нефтяного кризиса 1973 г. благодаря применению сценарного планирования стал стимулом для широкого распространения сценарного подхода [1, с. 30].

Сценарное планирование является одним из современных методов разработки устойчивых к воздействию прогнозируемых перемен стратегий развития компании, который основан на построении вариантов сценариев развития будущих событий (оптимистического, пессимистического, наиболее вероятного). Построенная на базе таких сценариев стратегия перестает быть жестким планом и приобретает необходимую гибкость для того, чтобы компания оставалась успешной в разных условиях функционирования. По мере реализации основного плана, путем сравнения фактического развития организации с параметрами развития по сценарию, для реализации поставленных целей выбирается наиболее соответствующий реальной ситуации план. Однако этот выбор и является главным противоречием сценарного подхода, поскольку определение индикаторов для перехода к тому или иному сценарию весьма неоднозначно. Именно от качества подобранных факторов, индикаторов, указывающих на развитие одного из построенных сценариев, зависит успех реализации стратегии.

Для отечественных торговых организаций проблема совершенствования планирования не менее актуальна, так как рынок торговых услуг, развивающийся в условиях жесткой конкурентной конъюнктуры рынка, постоянно меняется.

Механизм сценарного планирования достаточно сложен, его освоение требует соответствующей подготовки специалистов. Рекомендуется вводить в практику планирования сценарные варианты развития организации: начать следует со сценарного планирования объемов реализации, затем распространить его на другие экономические показатели деятельности (доходы, расходы, прибыль), со временем применить сценарный подход к планированию финансовых показателей и в итоге перейти к системе сбалансированных показателей. Такая цепь постепенных преобразований стратегического планирования в организациях торговли позволит в полной мере освоить и внедрить сценарный подход, нарастить объемы реализации и оптимизировать затраты, повысить конкурентоспособность, скорость адаптации к изменениям среды. В результате удастся повысить эффективность деятельности, роста финансовых активов и увеличения рыноч-

ной стоимости, что в конечном счете и является целью функционирования торгового бизнеса в условиях рыночной экономики.

Литература

1. Павлова, А. С. К вопросу о применении методов прогнозирования для развития социально-экологической ответственности бизнеса / А. С. Павлова // Науч. журнал НИУ ИТМО: сер. «Экономика и экологический менеджмент». — 2012. — № 1. — С. 25–35.

М.И. Лешко
БГЭУ (Минск)

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ МСФО В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В конце прошлого века в процессе перехода от централизованно планируемого хозяйства к рыночной экономике в Республике Беларусь произошли коренные преобразования. Изменения не могли не затронуть такие элементы управления, как учет, финансовый контроль и анализ. Поскольку учет в командно-административной системе выполняет другие функции, нежели в условиях рыночной экономики, назрела проблема реформирования учета в соответствии с общепринятой во всем мире практикой. Это необходимо для того, чтобы предприятия республики, выходящие на международные рынки, были их полноправными участниками, а стандарты бухгалтерского учета объективно отражали деятельность и имущественное положение компаний.

Что касается сектора торговли, то на него влияет целый ряд факторов, включая глобальный и локальный спрос, мировые экономические показатели и тенденции, а также принятие международных стандартов. Происходящие социально-экономические, культурные и демографические сдвиги коренным образом меняют предпочтения потребителей. Все большее влияние на их поведение, а также принимаемые ими решения о покупке оказывают технологии — Интернет, социальные медиа и мобильные платформы. Таким образом у организаций торговли появляется масса возможностей стать ближе к своим покупателям и улучшить свою работу. Влияние регулирования на сектор розничной торговли усилилось как никогда раньше.

В законодательстве Республики Беларусь в условиях повышенных бизнес-рисков, признание международных стандартов финансовой отчетности как основополагающих для формирования прозрачной отчетности является важным шагом прежде всего для привлечения иностранного капитала с целью улучшения взаимоотношений с иностранными инвесторами, что будет способствовать увеличению числа совместных проектов.