

идентификации товаров. Необходимость применения идентификационных номеров товаров необходима, прежде всего, для того, чтобы отслеживать путь каждого товара с момента его поступления и оприходования в торговой организации до реализации покупателю.

Внедрение идентификационных номеров в автоматизированную систему торговых организаций позволяет значительно улучшить их работу за счет ускорения ввода и обработки информации о товарах и услугах, исключив или максимально уменьшив количество ручного труда; упростить труд кассира и фактически исключить ошибки при работе кассира за счет считывания кода товара специальным считывающим устройством; избежать злоупотребления кассиров за счет невозможности произвольного изменения цен на продаваемые товары в момент их оплаты со стороны кассиров; повысить скорость обслуживания покупателей; усилить контроль за сохранностью товарно-материальных ценностей и сократить сроки проведения инвентаризации товаров на складе и в магазине; контролировать качество товаров, соответствие его потребительских свойств данным, заданным в том или ином коде; предоставить персоналу информацию о наиболее ходовых товарах, а также о товарах, пользующихся ограниченным спросом или не пользующихся спросом населения.

Наиболее распространенной технологией идентификации товаров является технология штрихового кодирования. Параллельно со штриховыми кодами в Беларуси разрабатывается технология маркировки товаров с применением радиочастотной идентификации продукции (RFID-технологии).

Технология радиочастотной идентификации основана на радиочастотном принципе передачи данных. Идентификация объектов производится по уникальному цифровому коду, считываемому из памяти специализированной микросхемы, размещенной в электронной метке, прикрепляемой к объекту идентификации. Помимо уникального идентификационного кода электронная метка содержит различную служебную информацию, программируемую непосредственно пользователем.

Внедрение технологии автоматической идентификации товара дает возможность торговым организациям отказаться от многочисленных бумажных документов и с помощью автоматического считывания оперативно получать информацию о производителе продукции, ее технических характеристиках, потребительских свойствах, цене и других показателях.

<http://edoc.bseu.by:8080>

*Давыденко Т.Д.
МИУ (Минск)*

БИЗНЕС-ИНТЕЛЛЕКТ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ РЫНОЧНОЙ СТОИМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рыночная стоимость предприятия складывается из таких факторов как материальные и финансовые ресурсы, знания и умения сотрудников, культура организации, информационные ресурсы и т.д.

Многие руководители понимают, что в жёсткой конкуренции выхода на внешние рынки необходимо использовать систему интеллектуального управления, которая является основой единого информационного пространства предприятия. Речь идёт о концепциях MRP, ERP, SCM.

Качество конечного продукта определяется его востребованностью обществом. Рефлексия инноваций – это ситуация интеллектуального и эмоционального дискомфорта при отсутствии процесса творческого поиска и саморазвития. Долг вузовских педагогов – обеспечить уровень знаний, умения, потребности в постоянной, познавательной деятельности для высокой конкурентоспособности на рынке труда.

Метод моделирования проектов обучения – это адаптация к изменяющимся условиям жизни нового тысячелетия. Проектное обучение, как ведущий компонент инновационной деятельности, имеет много толкований. В каждом отдельном случае оно является педагогическим экспериментом. Это метод творческого подхода, мозговой атаки, метод проб и ошибок, метод создания научно-обоснованных сценариев, требующих верификации, а также рефлексии в его реализации.

<http://edoc.bseu.by:8080>

*Давыдова Г.А.
УО БГЭУ (Минск)*

ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Одним из важных условий выполнения намеченных программных заданий по росту розничного товарооборота в 2006-2010 годах на 57-65% является повышение финансовой устойчивости торговых организаций. Вместе с тем многие организации торговли и общественного питания не имеют достаточных собственных оборотных средств.

Высокие темпы развития розничного товарооборота и значительное перевыполнение программных заданий по его росту не сопровождается увеличением финансовых ресурсов и повышением финансовой устойчивости торговых организаций. При сложившейся низкой рентабельности большинство торговых организаций не имеют возможности увеличивать свои финансовые ресурсы, направлять инвестиции на обновление основных фондов.

Дефицит финансовых ресурсов в торговой отрасли ведет к снижению финансовой устойчивости не только организаций торговли, но и товаропроизводителей.

Одной из важных задач торговых организаций является управление розничным товарооборотом, проведение эффективной ассортиментной политики, предусматривающей формирование так называемой ассортиментной модели торговой организации, определение набора товаров и товарных групп, обеспечивающих с одной стороны удовлетворение спроса конкретных групп потребителей на целевом сегменте рынка, с другой стороны рентабельную работу организации на принципах коммерческого расчета. Решение данной задачи будет способствовать более активному воздействию торговли на формирование ассортимента производимых товаров, ускорению на этой основе товарооборачиваемости и повышению финансовой устойчивости субъектов торговли.

Вместе с тем в условиях роста цен на топливно-энергетические ресурсы, тарифов и ставок на услуги и действующей ценовой политике по формированию торговых надбавок и налоговой нагрузке возможности увеличения финансовых ресурсов лишь за счет внутренних резервов экономии расходов ограничены. Поэтому дальнейшее совершенствование ценовой политики по формированию торговых надбавок является настоятельной необходимостью.