

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

фиксированного сценария внешней среды (инфляция, трансформация налоговой и тарифной политики, изменения кредитного и валютного регулирования и т.п.). В результате формулируются содержательные оценки плана развития организации как комплексной системы индикаторов, регуляторов и целевых установок.

В условиях усиливающихся глобализационных процессов основным в решении планово-экономических задач торговых организаций должен быть признан многоцелевой подход. Многоцелевая экономическая постановка и адекватная ей математическая формализация более полно соответствуют сущности оптимизационных задач, решаемых в современных системах планирования и управления. Основными формами проявления данного подхода являются следующие:

- получение множества вариантов решений планово-экономической задачи (обусловленных определенной степенью точности применяемых в расчетах исходных данных) в результате использования одноцелевых моделей с различными критериями и выбор наиболее целесообразного решения по численному значению обобщающего показателя, получаемого в результате «свертывания» ряда показателей;
- построение многоцелевой модели задачи (которая не предусмотрена при одноцелевом подходе), последующее обоснование выбора абсолютно доминирующего критерия (в результате выполнения соответствующей системы экономических расчетов) и применение методов одноцелевой оптимизации для поиска решения. Выбор наиболее целесообразного состава критериев оптимальности, подлежащих включению в многоцелевую модель (в торговле таковыми могут выступать итоговая прибыль, объем товарооборота, расходы на реализацию, объем средств, связанных в товарных запасах на складах, занимаемая доля рынка, доля осваиваемого рынка и др.), позволяет избежать (при воздействии фактора неполной и неточной исходной информации) односторонней оценки получаемого конечного результата;
- построение многоцелевой модели задачи и использование для ее решения метода векторной оптимизации (связанного с оптимизацией иерархической последовательности приоритетных критериев, определением множества «неулучшаемых» показателей, выбором решения, основанного на том или ином виде компромисса) с целью получения искомого варианта плана.

Практическая реализация многоцелевого подхода к решению планово-экономических задач в системе планирования развития торговой организации обеспечит получение сравнительно большего экономического эффекта (например, в виде чистой приведенной стоимости) в результате воздействия принципа синергизма, обусловленного интеграцией главных составляющих системы планирования организации — стратегического, тактического и бизнес-планирования.