

ка информации не требуют значительных усилий в рамках функционирования корпоративной информационной системы (КИС), где эта информация автоматически накапливается.

Поэтому представляется, что IT-сервис для решения задачи эффективного управления запасами должен включать следующие блоки: «Учет сделок» — каждая система должна содержать информацию о движении товаров и затратах, связанных с запасообразованием (информационная база формул (1)—(3)); «Сообщения о показателях эффективности» — запасоемкость, уровень запаса в днях, коэффициент оборачиваемости, уровень обслуживания; «Сообщения об отклонениях» — сообщения могут касаться ситуаций, когда прогноз не отразил реальный спрос, когда сформированы слишком большие запасы, возникают ситуации дефицита; «Группировка информации в определенных разрезах» — отобрать ассортиментные позиции исходя из цены, вариации спроса, время поставки, способов транспортировки и др.; «Прогнозирование спроса» — в системе управления запасами должна быть использована количественная расчетная методика расчета показателя s ; «Правила принятия решений» — система должна содержать блок принятия решений о времени (формулы (2)—(3) и количествах заказываемых товаров (1).

Как показывает анализ, отечественные КИС (1С, Галактика) ориентированы преимущественно на решение первых четырех задач: программы не прогнозируют спрос или характеризуются использованием простейшего математико-статистического аппарата; программы не содержат модуля оптимального нормирования и ориентированы на традиционную методику; хотя в некоторых программах номинально существуют поля «минимальный запас», «максимальный запас», однако в отечественных программах они рассчитываются не по оптимизирующей процедуре, а исходя из заданного пользователем количества дней обеспеченности.

Дальнейшее развитие отечественных КИС может быть осуществлено путем встраивания в информационную систему блока оптимального нормирования, расчета оптимального размера заказа по ассортиментным позициям, блока определения в автоматизированном режиме ассортимента, момента и размера заказа, что создаст необходимую информационную базу принятия решений в части эффективного управления запасами.

*А.А. Орешенков, канд. экон. наук, доцент
ВГТУ (Витебск)*

ПРЕДПОСЫЛКИ ФОРМИРОВАНИЯ СПРОСА НА ИННОВАЦИИ

С точки зрения управления инновационной деятельностью одним из основных является вопрос о том, чем обусловлена смена общественной системы — появлением новых технологий или изменившимися

потребностями, что определяет приоритетность НИОКР или маркетинга в эффективности инноваций.

Два противоположных подхода к изучению причин появления инноваций выражены в теориях технологического детерминизма и технологического дарвинизма. Согласно теории технологического детерминизма любая инновация в области общественного устройства обусловлена сменой технологии. Она основывается на жесткой связи между изобретениями и крупными переменами в общественной, политической и экономической системах. При этом она абсолютизирует роль научно-технического прогресса в развитии общества, рассматривая его как самодовлеющий фактор, действующий во многом независимо от других социальных обстоятельств и определяющий развитие общества. Смена технологий происходит в результате технологических революций.

С точки зрения технологического дарвинизма изменения в обществе требуют радикальной смены технологии, имеющей большую ценность для выживания, чем существующие. Изобретения возникают в большом количестве беспорядочно, и значительная часть их никогда не используется. Многие изобретения остаются невостребованными до созревания условий, при которых эти изобретения становятся ценными для выживания. Таким образом, остаются только те изобретения, которые предоставляют преимущество для развития тех, кто их использует, и на которые существует потребность. Технологические изменения являются результатом проведения НИОКР хозяйствующими субъектами при их стремлении максимизировать свою прибыль на достаточно большом отрезке времени.

Динамика инноваций подчинена циклично-генетическим закономерностям. Эта взаимосвязь обуславливает действие так называемого «инновационного мультипликатора», связывающего инвестиции в успешные нововведения с увеличением совокупного спроса. Инвестиции в базисные нововведения обуславливают рост производства, индуцирующий появление вторичных улучшающих нововведений, замещающих устаревшие технологии. Введение вторичных нововведений сопровождается новыми инвестициями, стимулирующими дальнейший рост производства. При этом во время депрессии вследствие исчерпания возможностей улучшающих нововведений в традиционных направлениях техники менее рискованными оказываются радикальные продуктовые нововведения, а длинноволновый подъем благоприятен для улучшающих технологических нововведений. Во время депрессии общий уровень рискованности инвестиций повышается. Но при этом инвестиции в традиционные технологии становятся более рискованными (вследствие насыщения рынка), чем в радикальные нововведения, ожидаемый эффект от которых может быть очень велик. Поэтому во время депрессии НИОКР переориентируются с краткосрочных и нерискованных проектов на более неопределенные, но сулящие радикальные изменения и появление новых возможностей экономического роста.

Дальнейшее исследование позволяет выдвинуть положение, согласно которому экономический рост, движимый инновациями, определя-

ется спросом на них. Существует множество факторов, оказывающих влияние на этот спрос как на макро-, так и на микроэкономическом уровнях. Если действие факторов, определяющих предложение технологических инноваций, относительно более понятно, то действие факторов, касающихся спроса, требует дополнительного изучения. В процессе проведенного нами исследования, были установлены четыре широкие категории факторов, определяющих спрос на инновации: благоприятные макроэкономические рамочные условия, политика в области конкуренции, надлежащая финансовая система и права интеллектуальной собственности.

*О.В. Пеклина, магистр экон. наук
БГЭУ (Минск)*

ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Основной функцией оптовой торговли в экономической системе любой страны является выполнение посреднических действий между товаропроизводителем и потребителем с целью уменьшения совокупных издержек и повышения благосостояния всех участников рынка. Однако в Республике Беларусь деятельность большинства оптовых предприятий ограничивается хранением и последующей реализацией товаров, при этом не происходит создания дополнительной ценности товара. Поэтому многие товаропроизводители и розничные продавцы не видят экономической целесообразности прибегать к услугам оптовых посредников и налаживают собственные товаропроводящие сети и оптово-розничные структуры, которые создают дополнительную конкуренцию оптовым продавцам.

Оптовая торговля в Республике Беларусь претерпевает изменения, развивается. Но эти изменения носят скорее количественный, чем качественный характер. Увеличение количества посредников между товаропроизводителем и потребителем ведет к значительному увеличению цены.

Оптовая торговля постепенно утрачивает связь с рынком, наблюдается несоответствие торгового и производственного ассортимента рыночному спросу, накапливаются избыточные запасы.

Возможным решением данной проблемы может стать создание сети оптово-логистических центров. В результате предприятия-производители и розничные продавцы получают возможность сотрудничать с организованной системой, способной быстро и качественно поставить необходимый товар в нужное место. Действия элементов данной структуры координируются из одного центра с единой информационной базой, что дает возможность использовать оптимальные маршруты доставки товаров, уменьшать запасы на предприятиях оптовой и розничной торговли, оперативно отслеживать изменения спроса. В итоге разгружаются склады промышленных и торговых предприятий, сокращаются со-