

публики Беларусь стало приближение уровня потребления основных продовольственных товаров к медицинским нормам (рыба и рыбопродукты, плоды и ягоды), а по ряду других продуктов — жирам, включая масло растительное (131,8 %), яйцу (105,4 %), картофелю (109,4 %), овощам и бахчевым культурам (116,9 %), сахару (126,1 %), мясопродуктам (110 %) — фактическое потребление превышает медицинские нормы. Приведенные данные свидетельствуют о том, что в Беларуси созданы предпосылки для развития рынка продовольственных товаров и возможности для наращивания объемов потребления и улучшения качества питания (за счет роста потребления овощей и бахчевых, рыбы и рыбопродуктов, молока и молокопродуктов, мяса и мясопродуктов). Вместе с тем достигнутые результаты пока не отвечают в полной мере представлению о развитом рынке: есть проблемы в улучшении качества питания (обеспечение «здорового питания», устранение перебоев в реализации продукции в расширенном ассортименте, оптимизация импорта, аттестация белорусских продуктов питания на соответствие международным стандартам качества и экологической безопасности). В экономически развитых странах на продукты питания направляется 20–30 % общей суммы потребительских расходов, в Беларуси в 2012 г. направлено 40,3 %. В 2011–2012 гг. появилась тенденция к недостаточной устойчивости системы потребления, что привело к изменению поведения потребителя на этом рынке (ожидание дефицита, неблагоприятной ситуации, роста цен, проявление признаков ажиотажного спроса).

Дальнейшему развитию белорусского рынка продовольственных товаров, по нашему мнению, будет содействовать разработка Программы потребления продуктов питания, которая станет составной частью Программы социально-экономического развития страны, согласованной с Национальной программой обеспечения продовольственной безопасности, действиями стран Единого экономического пространства (требуется устранить конкуренцию между государствами, развивать кооперацию, создавать совместно функционирующие хозяйствующие субъекты, специализирующиеся на производстве инновационных продуктов питания).

*Н.В. Владимирова, аспирантка
БГЭУ (Минск)*

ЗНАЧЕНИЕ ИННОВАЦИЙ ДЛЯ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Национальная стратегия устойчивого развития экономики Республики Беларусь (НСУР) определяет инновационное развитие экономики одним из основных приоритетов.

Современное общество развивается в условиях глобальной конкуренции с постоянными и быстрыми переменами, увеличением объемов информации, сложностью ведения и развития бизнеса. Скорость изменений привела к появлению нового технологического пространства, которое характеризуется частыми технологическими прорывами, должно соответствовать актуальному потребительскому спросу и связано со структурной перестройкой национальной экономики, созданием производственно-технологического пространства, адекватного современным рыночным отношениям.

В настоящее время рынок торговли развивается быстрыми темпами. В этих условиях внедрение инноваций становится обязательным элементом деятельности торговых организаций. Воздействие производственных факторов на масштабы и темпы распространения нововведений осуществляется путем изменения характеристик выпускаемых товаров.

Торговля является довольно восприимчивой к внедрению различного рода инновационных технологий. Благодаря их использованию возможно своевременное пополнение складов, оптимизация хранения запасов, эффективное взаимодействие с поставщиками продукции. Поиск и привлечение новых покупателей, их удержание — это главные задачи для новых идей и внедрения их в производство.

Внедрение инноваций в торговле позволяет организациям:

- обеспечивать эффективность и качество процесса доведения товара до потребителя;
- минимизировать затраты и сокращать уровень потерь при использовании торговых площадей, складов, торгового оборудования;
- внедрять различные информационные технологии в целях сокращения документооборота и сведения к минимуму ошибок в результате влияния человеческого фактора;
- создавать необходимые условия труда для персонала в целях повышения его производительности;
- устанавливать системы безопасности и энергосбережения.

Инновации в торговле способствуют перестройке торговых процессов, преобразованию форм и методов торговли, а также улучшению и совершенствованию программных технологий. По типу новизны их можно разделить на новые для всей торговой отрасли и для конкретного торгового предприятия.

В современных экономических условиях для успешного ведения деятельности торговой организации необходимо постоянно находиться в движении, укреплять позиции на рынке, идти в ногу со временем, совершенствоваться и искать дальнейшие пути развития. Все это подтверждает необходимость внедрения инноваций на предприятиях торговли.

Инновации помогают торговым организациям вести конкурентную борьбу, выживать и даже процветать в изменчивом окружении, являются

формой проявления инновационного развития. Однако мало генерировать инновационные идеи в рамках предприятия, необходимо четко ставить цели для реализации конкретного инновационного решения, планировать процесс его реализации в соответствии с обозначенными целями, определять и мотивировать исполнителей для получения максимальной отдачи от внедрения инновации.

Поэтому для эффективной реализации инноваций на предприятии целесообразно разработать специальный организационно-экономический механизм обеспечения инновационного развития как части общей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации.

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

БИЗНЕС-ПЛАН И ОСОБЕННОСТИ ЕГО ПРИМЕНЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ПРАКТИКЕ УПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

В отечественной практике менеджмента в торговой организации бизнес-планирование удерживает ключевые позиции при решении конкретно поставленных задач: обоснования экономической целесообразности нового направления в развитии, создания новой организации, привлечения кредитов и вложения инвестиций, финансового оздоровления неплатежеспособных субъектов хозяйствования. С его помощью руководители научились выделять приоритеты развития, контролировать и эффективно управлять ресурсами, предвидеть вероятные изменения в бизнесе, решать вопросы финансирования. Несмотря на эффективность такого управленческого инструмента, возможности бизнес-плана в большинстве случаев не реализуются. Это вызвано рядом объективных причин, продиктованных сложившимся уровнем конкурентоспособности экономики, неразвитостью рыночных институтов финансирования и кредитования, отраслевой спецификой и неустойчивым финансовым состоянием торговых организаций. Под их воздействием процесс бизнес-планирования столкнулся с конкретными трудностями, которые постепенно переходят в существенные проблемы:

- формирование рыночной среды под воздействием инструментов государственного регулирования, с одной стороны, порождает отношение к бизнес-плану как к очередному доводимому к исполнению документу, с другой — затрудняет его применение ввиду ограниченности информационной и, как следствие, слабости аналитической базы;

- ограниченность методического обеспечения по вопросу разработки различных типов бизнес-плана и решение данной проблемы путем адаптации действующих правил разработки инвестиционных проектов ко