

*А.Л. Красневич, аспирант**КНТЭУ (Киев, Украина)*

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОЕКТОВ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ КАК ОБЪЕКТ НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

На любой стадии жизненного цикла предприятиям приходится реализовывать разнообразные бизнес-проекты, предусматривающие внедрение торгово-технических и управленческих новаций. Поэтому необходимыми и практически значимыми являются обобщение и усовершенствование теоретических принципов экономического обоснования проектов развития предприятий розничной торговли; систематизация и критическая оценка современной практики экономического обоснования проектов в Украине и разработка новых методических подходов к проведению этой работы. Проблема методического обеспечения экономического обоснования проектов приобретает особую актуальность в условиях высокой динамичности и неопределенности внешней среды бизнеса.

Управление развитием торгового бизнеса требует не только усовершенствования инструментария разработки и экспертизы бизнес-планирования инвестиционных проектов, которые нуждаются во внешнем финансировании, но и необходимого экономического обоснования разнообразных внутренних бизнес-проектов, в том числе прогнозирования оценки их влияния на объем товарооборота, определения критериев целесообразности их реализации и жизнеспособности, разработки адекватных программных средств.

Преобразования, происходящие на современном этапе в экономике страны, изменение приоритетов и инструментов управления доказывают, что наступило время заинтересованности предприятий проектированием, которое в дальнейшем может стать решающим условием их выживания. При этом нужно иметь в виду, что проектирование проводится в условиях, когда информация о состоянии бизнеса может частично или полностью отсутствовать.

Многие зарубежные и отечественные ученые (И.А. Бланк, Н.Н. Гуляева, Л.А. Лигоненко, В.Ф. Ершов, Л.О. Кирилова, В.В. Верба, В.О. Козловский, В.О. Евдокимов, К. Барроу) направили свои исследования на изучение проблем экономического обоснования реализации бизнес-проектов предприятий, разработку бизнес-планов инвестиционных проектов.

Несмотря на достаточную изученность данной проблемы, остаются вопросы, которые необходимо уточнить и усовершенствовать как в практическом, так и в теоретическом аспектах. Кроме того, недостаточно внимания уделяется проблемам, которые учитывают специфику экономического обоснования проектов развития предприятий розничной торговли.

Таким образом, существует необходимость в изучении таких основных аспектов, как раскрытие сущности и особенностей экономического обоснования проектов в системе управления развитием предприятий розничной торговли и разработка типологий бизнес-проектов предприятий.

Необходимо отметить, что исследование современной практики экономического обоснования проектов развития предприятий розничной торговли, изучение методических принципов оценки целесообразности реализации отдельных типов биз-

нес-проектов требуют усовершенствования методов прогнозирования объемов розничного товарооборота предприятий в результате реализации отдельных бизнес-проектов и его нуль-бюджетирования.

Информационной базой оценки результатов проекта является его разнообразная документация, содержание которой определяется спецификой самого проекта. Плановые показатели (объем и состав потребляемых ресурсов, сроки выполнения работ, финансовые результаты реализации и т.д.) формируются на стадии прединвестиционных исследований, разработки экономического обоснования, подготовки рабочей документации.

*Н.А. Курочка, ст. преподаватель
ГГТУ им. П.О. Сухого (Гомель)*

РОЛЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В РАЗВИТИИ ТОРГОВЛИ

В условиях современной рыночной экономики важным фактором успешного осуществления торговых операций становится использование таких объектов интеллектуальной собственности, как фирменные наименования, товарные знаки, знаки обслуживания и наименования мест происхождения товаров. Создание равных условий хозяйствования для различных типов товаровладельцев, внедрение конкурентных начал в их деятельность и повышение ответственности за ее результаты, необходимость насыщения рынка различными товарами и услугами обуславливают объективную потребность в оценке и защите объектов интеллектуальной собственности с целью их дальнейшего регулярного использования. При этом сами объекты интеллектуальной собственности становятся предметом купли-продажи.

Аргументируя зарождение, существование и развитие самостоятельного рынка лицензий, следует исходить из того, что он обладает всеми основными чертами товарного рынка: однородностью товаров — объектов лицензий, отраслевой и географической структурой, имеет свои правила и обычаи, определяющие характер взаимоотношений продавцов и покупателей в сфере обращения. Существуют свои формы рекламы, методика расчета цен, правовые нормы, базисные разновидности лицензий.

В настоящее время можно говорить о существовании в Республике Беларусь единого, относительно обособленного от других, рынка лицензий, а в его границах — отраслевых рынков. При этом в сфере обмена помимо купли-продажи уникальных и прогрессивных технологий могут заключаться соглашения на передачу ставшей традиционной и даже морально устаревшей технологии. В этом смысле правомерно говорить о «рынке технологий», частью которого является рынок уникальных и прогрессивных технологий. Лишь на эту часть технологического обмена распространяются лицензионная форма торговли и понятие «рынок лицензий». При всем многообразии и постоянном изменении новизны, значимости и условий применения имеющихся в мире технологий не всегда просто определить границы между традиционной технологией, с одной стороны, и уникальной, а особенно прогрессивной — с другой. Однако для основной массы научно-технических достижений, в первую очередь защищенных патентами и содержащих «ноу-хау», такой проблемы не существует.