

- расширения спектра дополнительных (в том числе платных) услуг населению, развития сети гарантийного и сервисного обслуживания технически сложных товаров;

- внедрения системы дисконтных продаж и прочих скидок, сезонных, предпраздничных распродаж и др.;

- расширения торговли в кредит. В настоящее время в Беларуси доля реализации товаров в кредит в общем объеме розничного товарооборота составляет менее 1 %, что крайне недостаточно. Торговые организации могут определить перечень продаваемых в кредит товаров, самостоятельно установить процентные ставки.

Следует существенно повысить гарантию производителей и торговых организаций в обеспечении потребителей товарами, соответствующими предъявленным требованиям по показателям качества и безопасности.

*И.В. Прыгун, канд. экон. наук*

*БГЭУ (Минск)*

## **ИЗ МИРОВОГО ОПЫТА ПО ВНЕДРЕНИЮ И РАЗВИТИЮ СОВРЕМЕННЫХ ТОРГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Передовой зарубежный опыт свидетельствует о том, что в условиях быстрой смены технологий и направлений конкуренции их создание, приобретение и эффективное использование являются важнейшим элементом экономического роста торгового бизнеса, который долгое время отставал по степени применения инноваций. Этот подход начал меняться с момента активного роста отрасли, связанного с переходом к информационному обществу.

Пионером эффективного использования новых информационных технологий в торговле стала самая крупная в мире розничная торговая сеть Wal-Mart, 4700 супермаркетов которой обслуживает один центральный сервер. Она первой начала широко использовать технологию штрих-кодирования, что позволило добиться ежегодной миллиардной экономии.

Другим важным новшеством стало использование высокоскоростной программной обработки данных. Сейчас эта сеть тестирует систему радиочастотных меток (RFID), еще недавно используемую исключительно государством и имеющую большие преимущества по сравнению с другими системами идентификации товаров, контроля за доступом и передвижением персонала, управления транспортными потоками. Предполагается, что уже через 5—6 лет

RFID практически вытеснит штриховое кодирование, а стоимость одной метки сократится с 25 до 5 центов.

Перспектива внедрения новшеств актуализирует внимание и к CRM-технологиям, которые создают возможности управлять скидками постоянных покупателей и отношениями с партнерами. Ожидается, что CRM-технология перейдет в категорию первичных информационных приоритетов торговли только в 2010—2013 гг.

Пока же значительная часть средств мировой розничной торговли расходуется на развитие мерчдайзинга, оптимизацию отношений с поставщиками или организацию работы магазина. В частности, в странах Европейского союза широкое распространение получило использование принципов фэн-шуй в торговой деятельности.

В целом усиление конкуренции привело к тому, что крупнейшие международные торговые операторы приступили к диверсификации форматов торговли. Крупные участники розничного рынка, каковыми становятся торговые сети, постепенно внедряются в оптовую торговлю. Растет число примеров продвижения собственной торговой марки розничными торговцами посредством участия в производственном процессе.

В первую пятерку стран, благоприятных по инвестированию в ритейл, в 2004 г. международная консалтинговая компания A.T. Kearney поставила Россию, Индию, Китай, Словению, Хорватию. Также аналитики полагают, что те международные розничные компании, которые нацелены в своей работе на перспективу, должны обратить внимание на регион «новой Восточной Европы», включающий такие страны, как Украина, Болгария и Румыния.

Задержка с масштабным приходом в Россию иностранных ритейлеров выгодна российским торговым компаниям, ускоренно развивающим крупные торговые форматы. Самыми выигрышными форматами в российской рознице признаны магазины, торгующие по сниженным ценам, и гипермаркеты. Считается, что российский рынок современных форматов торговли (супермаркеты, гипермаркеты, дискаунтеры) будет расти примерно на 20—30 % в год.

Таким образом, структурными источниками современных тенденций использования и развития новых торговых технологий являются: новые форматы торговли, региональная экспансия, наличие распределительных центров, снижение логистических издержек. К финансовым относятся: долговое финансирование и банковские кредиты, первичное размещение акций, франшизы, потребительские кредиты.