

запасов обуви и чулочно-носочных изделий у производителей превысил среднемесячный объем производства в 2,7 раза, одежды верхней, включая трикотаж, — в 1,6—2 раза и т.д., что негативно сказывается на эффективности всей национально экономики.

Причиной такой ситуации следует признать существующие проблемы в выстраивании взаимодействия производителей потребительских товаров и розничных продавцов и несовпадение их ассортиментных политик.

Предлагаемые отечественными производителями товары зачастую не соответствует спросу конечных потребителей по ассортименту, качеству, цене и, соответственно, проигрывают конкуренцию. И в ближайшей перспективе проблема будет усугубляться, так как, учитывая вхождение Республики Беларусь в Единое экономическое пространство, а также постепенное снятие таможенных барьеров, связанное с вступлением России в ВТО, для торговых сетей открываются широчайшие возможности расширения практики закупок товаров на мировом рынке.

Для формирования конкурентоспособной ассортиментной политики товаропроизводителям следует повысить эффективность ее основных составляющих: *маркетинговой* (знание потребителя на рынке, выстраивание взаимоотношений с основными участниками рынка); *ценовой* (отказ от затратного метода ценообразования и внедрение адаптивного); *коммуникационной* (создание эффективных информационных связей на всех этапах жизненного цикла товара, уровнях управления производством и продажей товара); *инвестиционной* (совершенствование технико-технологической базы, научно-исследовательских изысканий, проектирование эффективных логистических схем, развитие других видов деятельности); *сбытовой* (обеспечение высокой культуры продаж, создание современных логистических схем, их информационно-техническое обеспечение); *сервисной* (стимулирование спроса, обеспечение ширины и глубины продаж, укрепление и развитие имиджа товаропроизводителя); *техничко-технологической* (создание материально-технической основы формирования и реализации конкурентоспособной ассортиментной политики); *кадровой* (создание продуктивного, инновационного климата на предприятии, воспитание креативного мышления и предпринимательского духа не только у ключевых работников, но и у всего персонала предприятия).

*Н.А. Подобед, канд. экон. наук
БГЭУ (Минск)*

ГЛОБАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Транспортно-логистическая инфраструктура объединяет в себе физические активы (аэропорты, автодороги, железные дороги, порты, терминалы и др.), игроков рынка, оказываемые ими услуги (транспорт-

ные, гостеприимства и др.), а также институциональную регуляторную среду. Под воздействием факторов глобализации и межгосударственной интеграции постепенно формируется мировая транспортно-логистическая система.

Глобальные тенденции развития транспортно-логистической инфраструктуры оказывают прямое влияние на развитие национальных транспортных услуг. К ним относят:

1. Развитие сети международных и национальных транспортно-логистических центров, создание центров распределения грузопотоков. Транспортно-логистические центры обычно строятся на пересечении главных транспортных магистралей, вблизи крупных производителей и потребителей.

2. Создание «сухих портов» внутри страны, позволяющих эффективно консолидировать и распределять грузы до удаленных морских портов. В теории «сухой порт» — это внутренний мультимодальный терминал, соединенный с морским портом железной дорогой. На его территории обычно располагаются индустриальные парки, таможенные пункты, контейнерные терминалы, международный аэропорт, бизнес-парки, развлекательные и культурные зоны.

3. Развитие транснациональных мультимодальных перевозок (т.е. различными видами транспорта), широкое использование которых во многом повлияло на развитие контрактной логистики (логистического аутсорсинга) — отдельной отрасли бизнеса, позволяющей предприятиям передавать выполнение отдельных логистических функций или даже всей логистической системы предприятия другой компании. Контрактная логистика позволяет освободить часть собственных ресурсов, задействованных в обслуживании логистических цепочек, и направить их в другие сферы бизнеса, так как выполнение функций логистики для данной компании берет на себя внешний партнер.

4. Повышение уровня контейнеризации. Контейнерные перевозки — один из самых удобных и недорогих способов доставки грузов. В течение следующих 10 лет объемы контейнерных перевозок могут увеличиться в 2—2,5 раза. Основной рост объемов контейнерных перевозок будет исходить за счет растущего товарообмена между странами Азиатско-Тихоокеанского региона и странами Европы, причем значительная часть этого грузопотока может пойти транзитом через страны СНГ.

5. Внедрение инновационных и информационных технологий: систем автоматической оплаты пользования дорогами и пересечения границы; систем, обеспечивающих безопасность дорожного движения; высокотехнологичных навигационных систем.

Дальнейшей интеграции национальных транспортно-логистических систем будут способствовать гармонизация стандартов качества перевозок в соответствии с международными требованиями; развитие национальных и международных ассоциаций экспедиторов и перевозчиков; создание баз данных по транспортным операторам и оказываемым ими услугам; использование единой информационной базы данных о направ-

лениях и состоянии автодорог, маршрутах проезда и объезда городов, местоположении объектов придорожной инфраструктуры; внедрение системы спутниковой навигации с возможностью получения информации о местонахождении груза и его состоянии.

*И.В. Прыгун, канд. экон. наук, доцент
БГЭУ (Минск)*

МЕСТО И ЗНАЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ЭКОНОМИКА ИННОВАЦИЙ В ТОРГОВЛЕ» В ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

Согласно Концепции реализации государственной политики в сфере внутренней торговли и общественного питания на 2011—2015 годы, утвержденной приказом Министерства торговли Республики Беларусь от 29.12.2011 г. № 178, развитие торговли и общественного питания на долгосрочный период будет направлено на создание условий для стабильного обеспечения платежеспособного спроса различных категорий населения на высококачественные товары широкого ассортимента, в первую очередь, отечественного производства, на основе совершенствования методов управления товарными ресурсами, создания эффективной системы товародвижения, при высоком уровне обслуживания, а также развитие торговой инфраструктуры и увеличение сопутствующих услуг.

Достижение поставленной цели требует создания адекватных форм организации, экономики и управления инновациями в торговой сфере, интеграции функций инновационной деятельности в торговую, освоения новых научных знаний и передовых достижений мирового ритейла, учета государственного участия в системе инновационных коммуникаций на потребительском рынке.

Учебная дисциплина «Экономика инноваций в торговле» является одной из базовых дисциплин программы подготовки специалистов высшей квалификации в области коммерческой деятельности и направлена на получение фундаментальных и прикладных знаний в части теории и практики торговых нововведений, специфики их проявления при осуществлении предпринимательской деятельности на потребительском рынке.

Цель преподавания дисциплины — сформировать у студентов систему специальных экономических знаний в сфере освоения и расширения инновационных процессов в торговой отрасли, заложить научные основы сбора и обработки информации, проведения различных расчетов и формирования выводов, характеризующих состояние и развитие инновационной деятельности торговыми организациями и системами в рыночной ситуации.