

Предметом курса являются экономические отношения и особенности проявления инновационной активности торговых систем при осуществлении современного (инновационного) расширенного воспроизводства.

Наряду с формированием профессиональных компетенций изучение дисциплины предусматривает развитие академических компетенций, включающих знания и умения по изучаемой дисциплине, способности и умения учиться, а также социально-личностных компетенций, включающих культурно-ценностные ориентации, знание идеологических, нравственных ценностей общества и государства и умение следовать им.

Знание основ организации инновационного процесса, нормативно-правового обеспечения с учетом специфики торговой деятельности повысило бы качество и эффективность оказания торговых услуг.

Потенциальными преимуществами реализации инновационных проектов и программ в торговле могут стать: 1) укрепление позиции торговых организаций и торговых систем на потребительском рынке; 2) повышение эффективности использования имеющихся ресурсов; 3) развитие организационной гибкости.

*О.А. Савчук, магистр экон. наук
БГЭУ (Минск)*

ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ

В настоящее время Беларусь отстает в практическом использовании маркетинга для повышения конкурентоспособности торговых организаций. Переход к рыночным отношениям является важной предпосылкой внедрения конкурентных стратегий. Организации могут не копируя, а творчески воспринимая и внедряя с учетом своей специфики определенную стратегию, способствовать борьбе с диктатом поставщика, стимулировать предприимчивость, а также удовлетворение имеющихся потребностей. Маркетинг в системе управления производственно-сбытовой деятельностью организаций призван всесторонне изучать спрос потребителей, приспосабливать производство к этим требованиям, воздействовать на рынок и общественный спрос.

Перспективными целями повышения конкурентоспособности торговых организаций в Беларуси являются более эффективное использование производственных мощностей; стимулирование производства и реализации наиболее необходимых товаров; дальнейшее развитие форм и методов сбыта товаров в соответствии с требованиями рынка.

Использование конкурентных стратегий необходимо при установлении торговых связей с экономически развитыми странами. Одним из основных условий успешной деятельности отечественных организаций на мировом рынке является необходимость продуманного системного

изучения всего арсенала средств борьбы возможных конкурентов, чтобы, во-первых, хорошо знать их сильные и слабые стороны и учитывать эти факторы при разработке экспортной политики, во-вторых, эффективно использовать то положительное, что имеется в конкретных формах и методах их деятельности.

Изучив развитие коммерческой деятельности в торговых организациях Республики Беларусь, можно сделать определенные выводы и дать рекомендации по повышению конкурентоспособности. В подавляющем большинстве организаций Республики Беларусь невысокий и средний уровень организации коммерческой деятельности, и, следовательно, существуют резервы повышения уровня организации маркетинговой деятельности. Уровень организации в аспекте материального стимулирования ниже, чем в аспекте информационного обеспечения, который, в свою очередь, ниже, чем уровень организации в аспекте оргструктуры.

Рассматривая возможность и целесообразность применения современных конкурентных стратегий в условиях отечественной экономики, следует отметить, что в нашей стране используются пока отдельные приемы и методы маркетинговой работы. С развитием же рынка в Беларуси формируются условия для целенаправленной и комплексной маркетинговой деятельности. Применение принципов и приемов современного маркетинга с учетом особенностей отечественной экономики позволит использовать зарубежный опыт удовлетворения общественных потребностей и совершенствования механизма товарно-денежных отношений.

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

ДЕНЬГИ КАК РЕГУЛЯТОР РЫНОЧНЫХ И СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Одним из основных регуляторов рыночных отношений является спрос, понимаемый как форма выражения потребности, представленной на рынке и обеспеченной соответствующими денежными средствами. Личные (преимущественно денежные) доходы, их уровень и стабильность определяют потребление человека и, соответственно, его поведение на рынке. Чем выше финансовая самостоятельность, тем шире будет спрос и границы выбора предлагаемых товаров.

Деньги — особый товар, призванный служить всеобщим эквивалентом, условным измерителем стоимости любого товара, выступать в форме самостоятельной меновой стоимости и меры труда [1, с. 556]. С углублением рыночных отношений, глобализацией и стремительным развитием информационных технологий роль денег существенно расширяется и изменяется. Специалисты в области психологической экономики выделяют следующие социальные функции денег: