

ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

В настоящее время бурно трансформируется рынок торговых услуг. В этих условиях инновационная активность становится обязательным элементом деятельности торговых организаций. Основная задача нововведений в торговле — обеспечить высокое качество организации процессов купли-продажи и товародвижения, торгового обслуживания и торговой деятельности в целом. Актуально внедрение технологий, позволяющих более эффективно использовать пассивную часть основного капитала, а также создавать необходимые условия для роста производительности труда, снижения удельных затрат и повышения эффективности работы организации в целом [1].

Инновационные процессы, являясь двигателем прогресса, необходимы в каждой отрасли страны, повышая качество товаров и услуг. Так как торговые сети — это наиболее передовой вид торгового бизнеса, то все нововведения и технологии в розничной торговле разрабатываются и внедряются в основном именно этими субъектами. Например, уже сейчас благодаря таким инновациям, как дроны-доставщики, 3D-принтеры, виртуальные зеркала, процесс покупки становится совершенно иным. 3D-технологии уже широко используются в области проектирования и производства, но немногие осознают, насколько они полезны в розничной торговле и насколько эффективно удовлетворяют потребности. Например, покупатели могут осуществить выбор одежды и аксессуаров с помощью 3D-экранов — голографических или плоских с поддержкой графики CGI.

Потребительское поведение на инновационном рынке непредсказуемо, поэтому для эффективной работы компаний, оказывающих услуги инновационного толка, необходимо разработать модели поведения потребителей, которые помогут лучше смоделировать потребности каждого отдельного клиента, предложив способы их удовлетворения.

Будущее белорусской розничной торговли, на наш взгляд, — за интернет-магазинами, и эта тенденция полностью вписывается в тренд развития мировой коммерции. В интересах менеджмента нашей страны — быстрее осознать сущность происходящих в этой сфере процессов и внести необходимые корректировки в законодательство. Крупные торговые организации в настоящее время имеют потенциал инновационного развития, но не имеют стимула для него, в то время как малые и средние предприятия существуют в конкурентной среде, но не имеют достаточных ресурсов. Подобная ситуация существенно сдерживает рост инновационной активности субъектов торговли Республики Беларусь [2].

Вместе с тем актуальность разработки и внедрения инновационных решений в области крупного сетевого бизнеса заключается в постоянной необходимости торговых сетей обновлять свои конкурентные преимущества, что в конечном счете приводит к стратегической максимизации выгод на основе более полного удовлетворения нужд потребителей [3].

Список использованных источников

1. Инновации в розничных торговых сетях [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/innovatsii-v-rozничnyh-torgovyh-setyah>. — Дата доступа: 18.12.2017.
2. Будущее белорусской розничной торговли — за онлайн-сервисами [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://m.belta.by/comments/view/budushee-belorusskoj-rozничnoj-torgovli-za-onlajn-servisami-4605/>. — Дата доступа: 08.02.2018.
3. Анализ эффективности внедрения инноваций в торговлю [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.scienceforum.ru/2015/1312/15696/>. — Дата доступа: 18.12.2017.

Т.А. Ваназель

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Р.П. Валевиц

(канд. экон. наук, профессор)

РОСТ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ХОЛДИНГА «МТЗ-ХОЛДИНГ»: ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ИХ РЕШЕНИЯ

Минский тракторный завод был основан 29 мая 1946 г. На сегодняшний день штат завода насчитывает более 17 000 чел. ОАО «МТЗ» является одним из крупнейших производителей сельскохозяйственной техники [1].

Увеличение объемов экспорта продукции является одной из стратегических целей холдинга. В условиях усиления конкуренции на мировых рынках сбыта тракторной техники повышение экспортного потенциала невозможно без выпуска новых перспективных моделей тракторов. Сегодня заказчикам предлагаются более ста моделей тракторов, более чем в двухстах сборочных вариантах для всех климатических и эксплуатационных условий. Новые модели обладают широкими возможностями агрегатирования с сельхозмашинами различных производителей. На все продаваемые тракторы получены международные сертификаты, подтверждающие их соответствие стандартам Евросоюза и омологационным испытаниям в крупнейших испытательных центрах западных стран. ОАО «МТЗ» разрабатывает, изготавливает и экспортирует колесные тракторы и запасные части к ним, организует на лицен-