

*Р.П. Валевич,*

*кандидат экономических наук, профессор*

## ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ТОРГОВЛИ: НЕОБХОДИМОСТЬ, РЕАЛЬНОСТЬ, ПЕРСПЕКТИВЫ

Ускорение экономического развития мирового сообщества, совершенствование структуры экономик стран мира, влияние глобализации и стремительное развитие информации способствуют необычайному всплеску торговой деятельности. Многие специалисты называют такое явление «торговой революцией». Особенно ярко эти процессы проявились в странах с переходной и трансформационной экономикой. Об этом свидетельствуют тенденции, характерные для развития розничного рынка России, Польши, Литвы, Украины. По оценкам специалистов, величина добавленной стоимости, количество занятых в торговле в последние годы стали сопоставимы с промышленностью и многократно превосходят сельское, лесное хозяйство, рыболовство и строительство. Например, величина добавленной стоимости в торговле России составляет 21 % валового внутреннего продукта в текущих ценах, Германии — 17,5, США — 13,5, Франции — около 12, Беларуси — 11, Китай — около 9, Украины — 7 %. Во всем мире количество занятых в торговле постоянно возрастает. Так, среднегодовая численность работников розничной торговли в 2005 г. в России с учетом индивидуальных предпринимателей составила более 5 млн чел., в Республике Беларусь на начало 2008 г. — 255 тыс. чел.

С 2000 по 2006 г. зафиксировано активное продвижение розничных транснациональных корпораций на рынки стран СНГ, а еще раньше — на рынки стран Восточной Европы. Наибольший интерес для иностранных инвесторов, по оценкам компании A.T. Kearney, представляют такие страны, как Индия, Россия, Украина, торговая инфраструктура которых далека от полного насыщения. Темпы роста российского потребительского сектора — одни из самых высоких в мире, российский рынок по своим объемам находится на шестом месте в Европе. Не случайно экспансия розничных торговых зарубежных сетей началась именно с этого рынка. Если в начале 1990-х гг. наиболее значимое влияние на рынок имели зарубежные торговые компании, использующие сетевые технологии (Metro Group, Aushan), то в последние годы с ними конкурируют российские компании (Пятерочка, Копейка, Перекресток и др.), широко использующие для своего развития системы франчайзинга и опыт работы транснациональных корпораций.

Рынок Украины признан одним из самых динамично развивающихся рынков Восточной Европы. На начало 2007 г. около 12 % торговых объектов и современных форматов, функционирующих на этом рынке, имели иностранные инвесторы.

ранное происхождение. В последние годы наиболее активную политику в завоевании потребительского рынка Украины и Беларуси ведут российские инвесторы. По оценкам зарубежных специалистов, к 2010 г. Украина займет четвертое место в мире по темпам роста розничного товарооборота.

Для Республики Беларусь проблема, заключенная в появлении на рынке новых торговых форматов, в том числе иностранного происхождения, также стала актуальной. В течение 2005—2006 гг. только в г. Минске открыты четыре гипермаркета («Гиппо», «Bigzz», «Корона», «Prostore») и два торговых центра — «Столица» и «Максимус». Еще большие задачи по развитию современных торговых форматов и торговых сетей стоят в перспективе.

Изменившиеся условия работы торговых организаций и функционирования национальных экономик требуют взвешенных решений по дальнейшему развитию национальной торговли. Стратегической целью развития экономики Республики Беларусь является создание цивилизованных условий для функционирования отечественных субъектов, что в конечном счете приведет к повышению конкурентоспособности всей страны. Ориентация на собственные силы и ресурсы при разумном привлечении иностранных инвестиций для решения национальных задач требует разработки и проведения целенаправленной работы по подготовке бизнеса к новым условиям.

Сохранение и преумножение экономики на основе реализации национальной идеи является перспективным направлением развития национальной экономики не только для Республики Беларусь, которая строит социально ориентированную рыночную экономику, но и для других стран. В печати уже появилось достаточно много публикаций, в которых исследователи предупреждают управленцев разного уровня об опасности производства общества «цивилизованного эгоизма». Представление об особенном призвании каждого народа, которому соответствует движение к свободному единению, преодолению отчуждения, разрешению противоречий между социализмом и либерализмом, являет собой путь нравственной цивилизации, оправданный с исторических и экономических позиций. Для современного этапа развития общества характерны новые явления не только в экономике, но и в отношениях, возникающих между людьми: рационализм действий субъектов экономики, выбор действий в соответствии с высшей в каждой ситуации ценностью, желание и возможность реализовать призвание индивидуума, общества в целом, человечества, идеи. Государство, как и человек, реализуя собственное призвание, восходит к своей идее так, как общество восходит к национальной идее, а человечество — к выполнению своего долга. Эти идеи познаются через деятельность. Нравственная позиция проявляется не только в поведении людей, но и в стремлении к реализации призвания (умножения богатств). Признаками призвания для человечества и стран следует признать положительность (нравственность), творческий характер, объективность, наличие связи с другими призваниями, уникальность, исключительность, добровольность, самостоятельность, самоопределение, нравственный императив, неотчужденность по отношению к внешним обстоятельствам, соответ-

ствие избранной цели. Поэтому следует не только одобрить решение Правительства Республики Беларусь о сохранении и преумножении национального богатства, но и отразить это в соответствующих программах развития страны, отраслей, хозяйствующих субъектов и обеспечить их реализацию.

Проблемой для экономики, ориентированной на соблюдение национальных интересов, становится определение и обоснование экономически эффективных форм и методов хозяйственной деятельности, соответствующих нравственной идее и скорейшей ее реализации. Опыт некоторых стран показывает, что безальтернативный допуск на свои национальные рынки западных торговых сетей приводит к нежелательным результатам. Опыт Польши в этом отношении особен. Торговля Польши развивается стремительными темпами, и можно с уверенностью сказать, что торговый сектор в этой стране является монополистическим. Огромные торговые сети разделили между собой рынок, причем 87 % торгового сектора принадлежит не Польше, а французским, шведским, голландским, английским и другим фирмам. К началу 2006 г. в Польше работало 67 гипермаркетов и более 800 супермаркетов. По прогнозам, к 2009 г. в крупнейших городах Польши будет работать 170 гипермаркетов с торговой площадью от 8 до 18 тыс. м<sup>2</sup>. Внедрение западных торговых сетей на рынок Польши дало их потребителям несомненные преимущества по сравнению с прежней торговлей: возможность выбора, изменения покупательских возможностей, менталитета и целей. Однако сложившаяся ситуация стала реальной угрозой для Польши, поскольку экономика страны зависит от экономики стран-инвесторов и малейшие изменения экономической ситуации в данных странах тут же скажутся на Польше.

Опасность этих явлений для стран с переходной экономикой в условиях глобализации мирового хозяйства связана с тем, что происходит процесс сокращения национальных интеллектуальных ресурсов; принимаются болезненные для народа меры по сокращению социальных льгот; усиливается отрицательное влияние пороков чужого образца на национальные экономики и культурные традиции. Вместе с тем развитие бизнеса в условиях открытой экономики предполагает не отказ от новых тенденций и веяний, а умелую адаптацию к новым условиям хозяйствования, обеспечивающим активизацию структурной перестройки экономики, стимулирование внедрения научно-технических достижений, повышение эффективности производства и в конечном счете — удовлетворение общественных потребностей.

Главной проблемой экономического роста, обеспечения экономического развития и достойного места национальной экономики в мировом экономическом сообществе является формирование и эффективное использование инновационного потенциала. Как показал опыт стран с развитой рыночной экономикой, в XXI в. ключевым условием ускоренного прогресса социально-экономического развития стала эффективная инновационная политика. Республика Беларусь приняла инновационный вызов XXI в.

Инновационное развитие экономики подразумевает не только повышение эффективности научных исследований и разработок, но и расширение сферы

приложения их результатов, в том числе посредством коммерциализации внедрения передовых достижений.

Становление инновационного типа воспроизводства предъявляет новые требования к качественному совершенствованию всех отраслей национальной экономики, включая торговлю. Инновационный потенциал сферы обращения — это совокупность научно-технических, материально-финансовых, кадровых, институциональных и иных ресурсов отрасли, которые могут быть использованы для инновационной деятельности. Основными составными элементами инновационного потенциала торговли являются товарный, функциональный, ресурсный, управленческий и организационный.

Инновационный потенциал торговли и торговых организаций складывается из четырех составляющих: научно-технические (технологические) собственные и приобретенные разработки и изобретения, состояние инфраструктурных возможностей самой организации, обеспечивающих прохождение новшеств по всем этапам инновационного цикла с превращением его в нововведение или инновацию; сила воздействия внутренних и внешних факторов на состояние инновационного потенциала, его взаимодействие с другими частями совокупного потенциала организации; уровень инновационной культуры организации, предприятия, его готовность и способность к реализации новшеств в виде инноваций. Спецификой инновационного процесса в торговле является то, что торговые организации почти не создают собственных инновационных продуктов, однако оказывают сильное влияние на инновационный потенциал страны и других отраслей посредством предъявления спроса на инновационные технологии. Торговые организации тем самым реализуют инновационный потенциал науки и промышленности, создают инновационные торговые услуги, придают новшествам признаки коммерциализации. Это значит, что инновационный потенциал торговли напрямую зависит от инновационного потенциала контрагентов торговли и особенностей функционирования торговой отрасли.

Основными факторами, определяющими особенности формирования развития инновационного потенциала в сфере товарного обращения, являются: глобализация и интернационализация, развитие предпринимательства, ускорение экономического роста страны, ужесточение конкуренции на товарных рынках и рынках торговых услуг, расширение внутреннего конечного спроса на товары, отставание по нововведениям, появление в стране современных торговых форматов, недостаточно высокий уровень конкурентоспособности многих видов товаров и услуг, повышение роли государственного участия в инновационном развитии, несогласованность действий торговых организаций в области развития инновационного потенциала в сравнении с другими отраслями экономики, необходимость унификации национальных стандартов качества торговых услуг со стандартами Евросоюза и Союзного государства, необходимость повышения конкурентных преимуществ отечественных торговых объектов, формирование культуры потребителей с учетом инновационных приоритетов.

Анализ состояния инновационного потенциала торговли Республики Беларусь показал, что инновационный потенциал торговли страны нельзя пока признать удовлетворительным по следующим причинам: слабая инновационная база торговых организаций; низкая значимость нематериальных активов в результатах торгово-хозяйственной деятельности торговых организаций страны; организационные структуры торговых организаций слабо приспособлены к внедрению и эффективному использованию инноваций; в отрасли отсутствуют налаженные связи с поставщиками научной и наукоемкой продукции; у торговых организаций практически отсутствует заинтересованность в обеспечении эффективного и долгосрочного взаимодействия с поставщиками инновационной продукции и услуг; требования к качеству торговых услуг со стороны потребителей невысокие; конкуренция на рынке инновационной продукции для торговой отрасли практически отсутствует; цены на инновационные продукты высоки; реальные источники финансирования инновационной деятельности мизерные; персонал не обладает необходимыми навыками и знаниями для работы с инновациями.

Создание собственных инновационных продуктов торговой отрасли — дело будущего. Современный же этап инновационного обновления следует связывать с умелым освоением и использованием достижений в области инновационной деятельности, которые имеют глобальные торговые системы. Пристальное внимание к глобализации как к таковой обусловлено тем, что хозяйственные структуры, работающие по принципам глобализационных сетей, имеют, поддерживают и развивают инновационные технологии, которые в современном мире считаются передовыми. Это технологии, при помощи которых человечество изменяет себя аналогично традиционным высоким технологиям, направленным на изменение окружающей среды. Освоение данных технологий при наличии собственных национальных конкурентных преимуществ позволит в более короткие сроки освоить новинки и направить их на достижение дополнительных конкурентных преимуществ. Наиболее перспективными и имеющими значение для внедрения в торговой деятельности торговых субъектов Республики Беларусь являются: современные технологии, отработанные инновации в управлении; оптимальные логистические цепочки; глобализация закупок; методы давления на поставщиков в связи с эффектом масштаба; возможность поддержания низких цен за счет финансового маневра и перераспределения ресурсов; доступ к информационным и финансовым ресурсам; создание торговых брендов и др.

Если не использовать эту возможность сегодня, то через 10—12 лет национальные торговые предприниматели не только потеряют клиентов и потребителей, но и будут вытеснены из бизнеса. Традиционный маркетинг в современных условиях должен быть дополнен новыми технологиями, приспособляющимися и субъектов хозяйствования, и потребителей к уже имеющимся инновационным товарам, продукции, услугам, идеям.

## Л и т е р а т у р а

1. *Виноградов, В.А.* Новая экономика: логика социальной реформы и экономия времени общества / В.А. Виноградов. — М.: Наука, 2005.
2. *Делягин, М.Г.* Мировой кризис: общая теория глобализации: курс лекций / М.Г. Делягин. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2003.
3. *Горбачев, М.С.* Грани глобализации: трудные вопросы современного развития / М.С. Горбачев. — М.: Альпина Паблишер, 2003.
4. *МакКоннелл, К.Р.* Экономика: принципы, проблемы и политика: пер. с англ / К.Р. МакКоннелл, С.Л. Брюс. — М.: Республика, 1993. — Т. 1.
5. Современная Беларусь: энцикл. справ.: в 3 т. — Минск: Белорус. энцикл., 2006. — Т. 2. Экономический и научный потенциал.
6. *Философский энциклопедический словарь.* — М.: ИНФРА-М, 2000.

**Г.М. Власова,**

*кандидат технических наук, доцент*

## ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПОЛУЧЕНИЯ ПОЛИФУНКЦИОНАЛЬНЫХ КОМПОЗИЦИОННЫХ ПЛЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

На рубеже XX и XXI вв. проблема утилизации и вторичной переработки полимерных отходов приобрела глобальный характер [1—3]. Приоритетным направлением ее решения является разработка биоразлагаемых полимерных материалов с регулируемым временем «жизни», ставшая актуальной для полимерного материаловедения. Одна из его развивающихся тенденций — создание композиционных материалов на основе смесей термопластов и биологических продуктов, являющихся питательной средой для микроорганизмов [4—6]. К последним принадлежат обсуждаемые в работе биоразлагаемый полимерный композит (БПК) и полученный на его основе инсектицидный биоразлагаемый пленочный материал (ИБПМ), который предназначен для упаковывания кератинсодержащей продукции, выпускаемой легкой промышленностью (шерстяных тканей, одежды, обуви, пушно-меховых полуфабрикатов, мебели и т.д.).

Значительную роль при переработке полимерных материалов в изделия играет реология, рассматривающая процессы деформации и течения реальных физических тел. При малых скоростях деформации и повышенных температурах расплавы полимеров ведут себя аналогично жидкостям — остаточная деформация в них непрерывно возрастает под действием постоянного тангенциального напряжения [7].

Течение жидкостей связано с деформацией сдвига и выражается зависимостью между напряжением и скоростью сдвига при перемещении слоя жид-