

## **ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ И НАПРАВЛЕНИЙ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ТОРГОВОЙ ОТРАСЛИ И ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Формирование и реализация инновационной политики предусматривает создание системы, способствующей развитию научно-технического потенциала торговой отрасли, продвижению результатов научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ в создание и совершенствование торговых технологий, методов и форм продаж, что послужит рычагом ее экономического роста. Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2007-2010гг.[1], стратегическая цель которой заключается в создании инновационной, конкурентоспособной на мировом рынке, наукоемкой, ресурсосберегающей, экологозащитной, социально ориентированной экономики Беларуси, обеспечивающей устойчивое социально-экономическое развитие и повышение качества жизни белорусского народа, определила приоритеты инновационного развития отраслей, прежде всего, через создание новых предприятий, производств, модернизацию действующих производств на основе новых технологий, в том числе приобретаемых за рубежом, развитие сетевой торговли, построение торгово-логистических центров. В ходе реализации Государственной программы инновационного развития на 2007-2010 г. в Беларуси будет создано 100 новых предприятий, 386 современных производств, проведена модернизация 609 организаций на основе внедрения 888 высоких технологий [1].

В отечественной торговле формирование инновационного потенциала проявляется в создании новых форматов розничных и оптовых организаций, развитии надформатных (по отношению к существующему состоянию рынка) структур и внемагазинных форматов, внедрении систем управления цепочками поставок и эффективной реакции на потребителя, проведении первых мероприятий по построению целостной системы логистики для торговых организаций (в рамках Программы развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015г. [2]). Учеными-экономистами и специалистами-практиками активно обсуждается эффективность работы новых форматов торговли, их влияние на развитие отрасли в целом и степень воздействия на состояние потребительского рынка, определяются приоритеты инновационных технологий и условия их продвижения на различные уровни экономики торговли. Однако ряд проблем, связанных с инновационным развитием отрасли, проявившихся в недостаточном привлечении инвестиций, противоречивостью условий применения и механизма действия интернет-технологий, отсутствием интегрированной системы логистики в целом, еще не нашли полного разрешения. Поэтому вопросы конкретизации инновационной политики в отрасли по-прежнему остаются актуальными и требуют обоснования направлений ее развития через целенаправленные действия на всех уровнях управления.

В торговой отрасли реализация инновационной политики находится в тесной взаимосвязи с инновационными решениями в производственной сфере экономики. Инновации в промышленности бесспорно опережают инновационные процессы в торговле, но именно торговая отрасль должна регулировать ассортимент производимых товаров через составление программ развития потребительского рынка, оценку состояния и перспектив внутренней и внешней торговли, и, следовательно, выстраивать с производителем устойчивые взаимоотношения, создавая логистическую инфраструктуру, используя новые информационные технологии, интеллектуальный и научно-технический потенциал отрасли.

Анализ определенных государственной программой инновационного развития Республики Беларусь на 2007-2010 г. направлений развития отрасли торговли свидетельствует о концентрированности на построении торгово-логистических центров; развитии внемагазинных форматов (интернет-технологий); создании сетевых структур розничной торговли. На основании статистических данных за 2008г. [3] в настоящее время только в Минске работают более 2,6 тыс. магазинов различной направленности, в том числе 855 продовольственных и свыше 1,6 тыс. непродовольственных, 116 - со смешанным ассортиментом товаров. В столице действует 34 торговых центра, 21 рынок, 3 гипермаркета и 3 супермаркета. Норматив обеспеченности населения торговыми площадями перевыполнен и составляет 304 кв.м на 1 тысячу жителей при задании 260 кв.м на 1 тыс. жителей. Более 5% всего розничного товарооборота г.Минска приходится на три гипермаркета столицы. В 2009г. в Минске будет введено 9 объектов данного формата. В целом с помощью государства в республике предусмотрено строительство 44 гипер- и супермаркетов с общим объемом инвестиций 200 млн.долл. Продолжится работа по формированию крупных розничных торговых структур, работающих

по технологии торговых сетей (на сегодняшний день – это ”Рублевский”, ”Копилка”, ”Соседи” – в Минске, в Витебске – ”Веста”, ”Ника”, в Бресте – ”Продтовары” и др.); созданию собственных торговых сетей предприятиями-производителями, которые до сегодняшнего времени ограничивались открытием фирменных магазинов. На сегодняшний день крупные производственные предприятия осознают, что только собственная торговая сеть позволит им представить свою продукцию на основе собственного позиционирования на рынке в рамках проводимой стратегии завоевания и расширения рынка. Например, швейное предприятие ”Милавица” планирует в 2008-2010 гг. создать сеть из 400 мультибрендовых магазинов ”Oblicie”, строительство которых было начато ею еще в 2006г. Как видно, намеченные параметры в рамках Программы развития внутренней торговли Республики Беларусь на 2006-2010гг. [4] постепенно достигаются, однако, следует отметить, что большинство элементов инновационной инфраструктуры в Беларуси преимущественно охватывают производственную сферу.

Торговая деятельность требует обеспечения условий для реализации инвестиционной политики отрасли, так и создания благоприятной среды для развития инновационного потенциала торговых организаций и в целом предпринимательских структур (создание сети институтов финансирования, кредитования, страхования, инвестиционных, инновационных и венчурных коммерческих фондов, страховых организаций).

Торговля отличается достаточной мобильностью, хорошей восприимчивостью к нововведениям различной формы (новые торгово-производственные технологии, современное оборудование, системы управления и т.п.), применение которых позволяет повысить показатели производительности труда. Так, по оценке бывшего главного экономиста МВФ К. Рогоффа, 75% американского преимущества в росте производительности перед ЕС за последние 10 лет приходилось на оптовую и розничную торговлю. По расчетам У. Нордхауза за счет оптовой и розничной торговли было обеспечено около 45% ускорения в экономическом росте США. Аналогичный результат достигнут и в экономике Японии: торговля заняла четвертое место среди секторов по росту совокупной факторной производительности. Российские специалисты поддерживают выводы своих зарубежных коллег [5]: ”...Торговля превратилась в один из полигонов для постоянных инноваций. Здесь ускоренными темпами внедряются новые технологии продаж, логистические и управленческие схемы, активно осваиваются информационные системы, на которые ведущие компании тратят до 2% своего оборота”.

В торговой отрасли Беларуси также сформировались объективные инновационные возможности, которые проявляются в следующем:

- адаптивности торговых организаций к реальной диверсификации хозяйственной деятельности;
- проведении благоприятной политики по стимулированию инноваций в отрасли;
- формировании базовых субъектов рыночной инфраструктуры – торговых организаций различных форм собственности в результате институциональных и структурных преобразований в отрасли в процессе приватизации субъектов хозяйствования и реализации основных направлений программы по развитию внутренней торговли республики;
- признании социальной значимости научно-технической и инновационной деятельности и ее определяющем влиянии на уровень и темпы развития рынка товаров и услуг, обеспечивающих приток финансовых и материальных ресурсов в экономику отрасли;
- применении рычагов стимулирования научно-технической и инновационной деятельности через систему налоговых и других льгот;
- конкурентности отбора приоритетных инновационно-инвестиционных проектов посредством инструментария бизнес-планирования.

Реализация указанных инновационных возможностей должна сопровождаться определенными программными действиями по:

- обеспечению экономической свободы в отрасли, базирующейся на развитии современных предпринимательских структур и форматов торговли, сопровождаемых ускорением темпов приватизации торговых объектов, в частности, и принятием соответствующих законодательно-правовых актов, регулирующих вопросы реализации инновационной политики как на уровне отрасли, так и на уровне торговых организаций, в целом;
- обеспечению свободы инвестиционных потоков, способствующих трансферу технологий – как непосредственному, так и за счет миграции;
- совершенствованию правовой среды для интенсивного развития торговых организаций и организаций общественного питания, осваивающих новые торгово-производственные технологии, внедряющих новые технологии продаж, выпускающих (предоставляющих) конкурентоспособную продукцию (услуги);

- становлению институтов поддержки инновационной деятельности, призванных способствовать эффективному информационно-консалтинговому и финансово-кредитному обслуживанию участников процесса трансфера технологий;
- разработке и построению механизмов поощрения и стимулирования научно-технической деятельности при введении ее в хозяйственный оборот;
- построению системы информационного обеспечения и экспертизы, сертификации и продвижения разработок, системы подготовки и переподготовки кадров в инновационной сфере;
- развитию малого инновационного предпринимательства путем формирования благоприятных условий для образования и успешного функционирования малых высокотехнологичных организаций и оказания им государственной поддержки на начальном этапе деятельности;
- совершенствованию конкурсной системы отбора инновационных проектов и программ: реализация в отрасли относительно небольших и быстро окупаемых инновационных проектов с участием частных инвесторов и при поддержке государства позволит поддержать наиболее перспективные производства и организации, усилить приток в них частных инвестиций;
- повышению уровня информированности и инновационной восприимчивости общества в целом и предпринимателей, в частности.

Анализируя инновационные возможности отрасли, следует сделать акцент на том, что в экономике республики на данный момент сформированы основы инновационной инфраструктуры, обеспечивающей условия для последовательного развития инновационной среды как отрасли в целом, так и торговых организаций, в частности. Организационным ядром данной инфраструктуры выступают центры поддержки предпринимательства, инкубаторы малого предпринимательства, инновационные центры, центры трансфера технологий, научно-технологические парки (технопарки), малые внедренческие предприятия, Парк высоких технологий, Белорусский инновационный фонд. В настоящее время в Беларуси функционирует 40 центров поддержки предпринимательства, осуществляющих обслуживание малого бизнеса, которые специализируются в основном на оказании услуг в области подготовки кадров, маркетинга, информационного обеспечения. Кроме того, в республике действует 9 инкубаторов малого предпринимательства, которые оказывают ощутимую поддержку малому бизнесу в области подготовки и реализации инновационных проектов [6]. В целом можно констатировать, что фундамент для инновационных преобразований в экономике подготовлен, но будет ли на нем возведено "здание" инновационной экономики зависит от последовательности и "жизнеспособности" соответствующих программных действий во всех ее отраслях, в правильной расстановке приоритетов по их осуществлению с учетом специфики отраслевой деятельности.

Как уже отмечалось выше, торговля выступает своеобразным индикатором оценки состояния инновационной среды, что, с одной стороны, указывает на ее способность адаптироваться к изменяющимся экономическим условиям, а, с другой, интегрировать посредством современных торговых форматов с организациями и предприятиями других отраслей на основе применения современных информационных технологий.

Однако существуют факторы, сдерживающие (затрудняющие) развитие инновационной политики:

а) недостаточная активность предпринимательского сектора, которая "скована" определенной ограниченностью экономической свободы частного бизнеса, проявляющейся в "отяжеленности" налогового законодательства, приоритетности государственного регулирования в ценовой политике, существующем администрировании деятельности организаций частной формы собственности и др.;

б) слабый уровень научно - исследовательской базы, неподготовленность большинства организаций к освоению новейших научно-технических достижений, непроработанность информации о новых технологиях, конкурентных рынках сбыта;

в) недостаток собственных денежных средств торговых организаций, высокие экономические риски, длительные сроки окупаемости инновационных проектов (по оперативным данным, 46% организаций торговли не имеют собственных оборотных средств и кредитуются в банках. Средняя торговая надбавка составляет 19%. При этом рентабельность торговых организаций находится в пределах 2,5%) [3];

г) низкая наукоемкость инновационных затрат, одной из причин которой выступает ограниченность механизма стимулирования научно-исследовательской деятельности, а другой - потеря сотрудничества между научной, производственной и торговой сферами деятельности, в особенности, на уровне хозяйствующих субъектов;

д) неготовность кадров воспринимать инновации, "поддерживать" их, внедрять и "продвигать" в производственный процесс, а, следовательно, и оценивать преимущества инновационных технологий.

Таким образом, основными направлениями инновационного развития торговли и торговых организаций в современных условиях хозяйствования, являются:

- автоматизация производственных процессов, технологий продаж и обслуживания покупателей, установка современного технологического оборудования, другие формы модернизации производства;
- использование инструментов бенчмаркинга для разработки новых приемов повышения качества предоставляемых услуг, выбора наилучших методов ведения торговой деятельности;
- применение мерчандайзинга в управлении продажами и покупками;
- приобретение неовещественных технологий со стороны в форме патентов, лицензий, раскрытия ноу-хау, торговых марок, конструкций, моделей и услуг технологического содержания;
- построение логистических структур, дающих возможность синхронизации взаимоотношений с поставщиками именно с помощью современных торговых технологий, оборудования и инноваций в коммуникативных отношениях и менеджменте внутри и вне организации;
- создание функциональной системы бизнес-планирования, отказавшись от формальной разработки бизнес-плана, и перейдя к экономически-обоснованному бизнес-планированию, содержащему последовательные и аргументированные расчеты жизнеспособности проекта, сопровождаемого рисками и ответственностью за принимаемые решения.

### **Литература**

1. Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2007-2010гг.// Указ Президента РБ № 136 от 26.03.2007г.
2. Программа развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015г.// разработана государственным научным учреждением "Институт экономики Национальной академии наук Беларуси"
3. Основные показатели социально-экономического развития Республики Беларусь за 2008 г. - Национальный статистический комитет Республики Беларусь// [Электронный ресурс]/20 февраля 2008г. – режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>
4. Программа развития внутренней торговли Республики Беларусь на 2006-2010г.г.// Постановление Совета Министров РБ 27 июля 2006 г. № 941
5. Степаненко Д. Венчурная индустрия – важный компонент национальной инновационной инфраструктуры/ Научно-практический журнал «Директор». – 2008. - №2 (104).- С.3-7.
6. Инновационные технологии в Беларуси: инвестиции, наука, техника/ по материалам БЕЛТА/17.10.2008г// [Электронный ресурс]/1 февраля 2008г. – режим доступа: <http://google.by>