

## ПРОБЛЕМЫ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА БЕЛАРУСИ С УЧЕТОМ РЕФОРМИРОВАНИЯ, ИНТЕГРАЦИИ И ГЛОБАЛИЗАЦИИ

В развитии потребительского рынка Беларуси остается много нерешенных проблем: не преодолена резкая дифференциация реальных денежных доходов работников разных отраслей; более 4/5 в общей структуре расходов населения составляют денежные расходы на покупку товаров и услуг, причем около 50 % направляется на приобретение продуктов питания; доля накоплений во вкладах и ценных бумагах незначительна; на отдельных товарных рынках имеет место ассортиментно-качественная несбалансированность товарного предложения и спроса; продолжается рост запасов готовой продукции; лицензирование и сертификация происхождения товара, регистрация и перерегистрация торговых субъектов все еще осуществляются без учета тенденций развития потребительского рынка; экономический рост, достигнутый в торговой отрасли, не сопровождается ее экономическим развитием; при значительных темпах роста товарооборота финансовое положение торговых организаций нельзя признать удовлетворительным; инновационное, техническое и технологическое развитие торговли не соответствует мировым тенденциям; процентные ставки за пользование кредитом высоки; инфраструктура потребительского рынка устарела; недостаточность информации о конъюнктуре потребительского рынка затрудняет принятие управленческих решений; серьезным барьером на пути роста масштабов торгового бизнеса является низкая предпринимательская культура.

Достижение устойчивого развития национальных организаций и экономики в целом является одной из наиболее актуальных проблем реформирования белорусской экономики и политики. Стратегия ее решения многопланова и содержит следующие составляющие: конкурентная среда; стратегия роста; маркетинговая стратегия; ценовая стратегия. Достижение устойчивого стратегического развития потребительского рынка должно опираться на решение следующих задач: обеспечение доступности потребительского рынка в цивилизованных формах его организации для абсолютного большинства населения; обеспечение прав граждан на безопасность и качество товаров; формирование развитой системы товародвижения, создающей благоприятные возможности для отечественных товаропроизводителей и способствующей оптимизации на рынке соотношения отечественных и импортных товаров; существенное ограничение возможностей для теневого оборота; достижение оптимального соотношения магазинных и внемагазинных форм обслуживания; обеспечение приоритетов корпоративного управления в

развитии торговой сети; укрепление нормативно-правовой базы развития торговли и сферы услуг; создание единой информационной системы внутренней торговли.

Средствами решения данных задач могут быть: целенаправленные структурные изменения на потребительском рынке, способные обеспечить приоритетное развитие отдельных звеньев торговой системы при общем соблюдении принципов рыночного разнообразия субъектов торговой деятельности; стимулирование развития интеграционных процессов в торговле; совершенствование системы государственного контроля безопасности и качества товаров и услуг на принципах обеспечения единства прав и ответственности производителей, поставщиков и продавцов; рационализация системы государственного регулирования торговой деятельности; стимулирование перехода на механизм корпоративного управления субъектами торговой деятельности.

Стратегия устойчивого развития должна решать задачи максимизации стоимости предприятия в соответствии с имеющимся ресурсным потенциалом и рыночной конъюнктурой; оптимальной пропорциональности между уровнями объема продаж, прибыли и приемлемого риска; инновационной активности торговых систем; высокого качества обслуживания и культуры торговли; заинтересованности собственников; достаточного объема финансовых ресурсов; постоянного возрастания стоимости предприятия; эффективности программ участия персонала в конечных результатах работы предприятия. Стратегия развития торговых организаций существенно трансформируется в зависимости от стадии ее жизненного цикла. Поскольку каждой стадии соответствуют определенные цели и интересы, это должно отражаться на тактике поведения организации на потребительском рынке.

Важным направлением реформирования экономики является дальнейшая приватизация государственной собственности как предпосылка для развития предпринимательства и торгового бизнеса. Функционирование торговой организации как субъекта рынка связано с определенными ограничениями, которые определяют рамки его деятельности как в ближайшей, так и в отдаленной перспективе. Такими ограничениями являются: ограничения, обусловленные ресурсами (затраты материальных, трудовых и финансовых ресурсов должны быть меньше или равны имеющимся в наличии у организации ресурсам); ограничения, обусловленные спросом (объем товарооборота всегда будет меньше или равен объему покупательского спроса); финансовые ограничения (денежные расходы должны быть меньше или равны имеющимся у предприятия фондам денежных средств); временные ограничения (эти ограничения требуют максимального сокращения сроков оборачиваемости денежной наличности предприятия с целью предотвращения обесценивания). При этом в работе торговые организации сталкиваются с ограничениями со стороны поставщиков, конкурентов и своих работников. В современных условиях рыночной экономики наиболее важным лимитирующим фак-

тором являются ограничения, обусловленные спросом, и финансовые ограничения.

Следует также учитывать мировые процессы. Известно, что значительная степень единства торговли, производства и кредитно-финансовой сферы промышленно развитых стран служит признаком формирования мирового хозяйственного комплекса. Изучение закономерностей формирования хозяйственных связей и перспектив их развития показывает, что важнейшей тенденцией развития мирового хозяйства является движение к созданию единого мирового рынка капиталов, товаров и услуг. Однако процесс глобализации несет и отрицательные последствия. К их числу относятся: демографические, экологические, региональные проблемы слабо развитых в экономическом отношении стран. Но глобальная мировая экономика становится уже не просто внешней сферой мирового хозяйства, а приобретает черты системы. Она основывается на технико-экономическом базисе интернационализированного производства, общих, согласованных между многими странами торговых и валютно-финансовых режимах. Однако глобализация — процесс, который еще не приобрел планетарного характера. Это необходимо учитывать в процессе создания единого потребительского рынка интеграционных объединений с участием Республики Беларусь.