

Несмотря на значительный рост цен на отдельные продукты питания, в стране наблюдается тенденция качественного изменения структуры потребления продовольственных товаров. В последние годы растет спрос на биологически ценные продукты. По сравнению с 1990 г. значительно увеличилось потребление растительного масла, овощей и фруктов.

В настоящее время в розничной торговле находят широкое применение средства стимулирования продаж (проведение рекламных акций, использование банковских карточек для оплаты покупок, применение систем скидок и дисконтных накопительных карт), повышается уровень качества обслуживания. Особое внимание уделяется развитию сети магазинов, гипермаркетов, супермаркетов, дискаунтеров, которые способны предложить широкий ассортимент продукции по приемлемым ценам. В результате белорусский продовольственный рынок становится более цивилизованным, потребности населения удовлетворяются на более высоком уровне.

Проведенный анализ свидетельствует о том, что продовольственный рынок Республики Беларусь характеризуется динамичным развитием, наличием условий для конкуренции и перспектив для дальнейшего роста. В условиях интеграции с целью устойчивого развития данный рынок нуждается в государственном регулировании в сочетании с применением рыночных методов хозяйствования.

*А.В. Семенчук, аспирантка  
БГЭУ (Минск)*

## **СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**

Обобщение тенденций развития розничной торговли, теоретических положений Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 года, Основных направлений социально-экономического развития Республики Беларусь на 2006–2015 годы, Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 годы, Концепции реализации государственной политики в сфере внутренней торговли и общественного питания на 2011–2015 годы, а также прогноза розничного товарооборота в Республике Беларусь актуализирует необходимость разработки системных механизмов развития розничной торговли.

Стратегическое управление розничной торговлей предполагает определение набора инструментов воздействия, что должно согласовываться на региональном и национальном уровнях:

1. Совершенствование нормативно-правовой базы, предполагающее разработку и принятие документов, определяющих характер взаимодействия органов власти с участниками торговли.

2. Проведение конъюнктурных и маркетинговых исследований с целью определения потенциала региональной розничной торговли и перспектив ее развития.

3. Информационное обеспечение (создание информационной базы, содержащей данные об участниках розничной торговли в регионах; производителях и оптовых поставщиках, их возможностях и предложениях; имеющихся инвестиционных проектах в сфере розничной торговли; национальном законодательстве, регулирующем осуществление розничной торговли; дислокации розничной торговой сети и площадках для строительства новых торговых объектов).

4. Подготовка квалифицированных кадров для работы в организациях и на предприятиях всех форм собственности, осуществляющих розничную торговлю.

5. Поощрение создания союзов и ассоциаций розничной торговли в регионах.

6. Создание специализированного центра содействия инвестициям в развитие розничной торговли.

С целью дальнейшего развития розничной торговли, эффективного взаимодействия республиканских органов власти в сфере розничной торговли с региональными и местными властями, организациями торговли и другими участниками рынка целесообразно построение системы координации розничной торговли, которая представляет собой совокупность взаимосвязанных элементов, регулирующих процесс разработки и реализации управленческих решений относительно функционирования и развития розничной торговли.

Данная система включает объектную подсистему (организации розничной торговли всех форм собственности, их объединения, а также социально-экономические отношения, процессы и условия), субъектную подсистему (государственные и негосударственные органы, ведомства, организации, учреждения, которые осуществляют координацию сферы розничной торговли) и механизм координации (система методов, нормативных правовых актов, информационного, научно-методического, финансового, кадрового, организационного, программного обеспечения, ресурсов, принципов, посредством которых осуществляется деятельность по координации розничной торговли).