

ха, офисные комплексы. Обособленные фуд-корты в мировой практике не встречаются, поскольку сама форма торговли в этом случае уже не соответствует ее основным принципам. Целевая аудитория фуд-кортов — это посетители торговых центров, которые пришли за покупками. Востребованность формата обусловлена отсутствием проблем, связанных с арендой, большой проходимостью, высокой концентрацией потенциальных клиентов, меньшим количеством технических проблем.

Новым направлением является книжное кафе. Оригинальная кухня (в меню включены популярные блюда различных кухонь мира), уютная атмосфера. В книжном кафе не принято просматривать и читать книги за накрытым столиком (только в случае ее приобретения).

Сфера общественного питания в настоящее время является одной из самых перспективных отраслей экономики, что связано в первую очередь с ростом уровня жизни населения. Этим обусловлено повышение инвестиционной привлекательности рынка отечественных и иностранных инвесторов, появлением новых операторов и концепций торговых объектов общественного питания на рынке Республики Беларусь.

*Г.А. Короленок, д-р экон. наук, профессор
БГЭУ (Минск)*

РАЗВИТИЕ ТОВАРОПРОВОДЯЩЕЙ СЕТИ В УСЛОВИЯХ МИРОВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

В условиях глобальной конкуренции и мирового экономического кризиса главными в развитии экспорта являются не товары, рынки или каналы сбыта, взятые в отдельности, а сочетание всех составляющих (товар — канал сбыта — целевой сегмент рынка) элементов данного процесса.

Мировой экономический кризис в значительной степени актуализировал проблему экспорта отечественных товаров и в этой связи существенно повысил значимость проблемы развития товаропроводящих сетей за рубежом.

В настоящее время товаропроводящая сеть должна представлять собой систему, создаваемую государством и товаропроизводителями в целях повышения эффективности сбыта собственной продукции, ее сервисного обслуживания и реализации функций маркетинга.

От того, насколько эффективна будет работать данная система, зависит скорость продвижения белорусских товаров на зарубежные рынки, соответственно и рост экспорта.

В Республике Беларусь в последние годы развитию товаропроводящей сети уделяется серьезное внимание.

Разработан и введен в действие ряд нормативных документов, регламентирующих развитие товаропроводящей сети, среди которых следует выделить Инвестиционный кодекс Республики Беларусь, Национальную программу развития экспорта на 2006—2010 гг., постановле-

ния Совета Министров Республики Беларусь, «Об инновационной деятельности белорусских субъектов хозяйствования за границей», «Об утверждении Положения о товаропроводящей сети за рубежом» и др.

Принятие этих документов позволило в определенной мере упорядочить и систематизировать работу по организации товаропроводящей сети за рубежом.

Важным, на наш взгляд является тот факт, что сегодня решен вопрос по координации создания и развития товаропроводящей сети между органами государственного управления. До 2001 г. координацию развития товаропроводящей сети осуществляло Министерство иностранных дел Республики Беларусь, позже эти функции были распределены между Министерством иностранных дел и Министерством торговли. С 2006 г. координация развития товаропроводящей сети возложено на Министерство торговли Республики Беларусь, а Министерство иностранных дел Республики Беларусь только оказывает содействие в создании и ее развитии.

Значительное место в развитии товаропроводящей сети отводится и Межведомственному совету по развитию экспорта при Совете Министров Республики Беларусь, который являясь консультативно-координирующим органом министерств, разрабатывает предложения по формированию эффективной структуры товаропроводящей сети белорусских юридических лиц за рубежом.

Серьезным шагом развития товаропроводящей сети и увеличении экспортных поставок в Россию явилось подписание в 2007 г. соглашения между правительством Беларуси и России, о мерах по развитию торгово-экономического сотрудничества. Подписанное соглашение уравнивает доступ товаропроизводителей обеих стран на рынки государственных закупок.

Несмотря на все усилия государственных органов управления, направленных на развитие товаропроводящей сети, этот процесс протекает не в той мере, в какой был определен Главой государства.

Анализ количественного состава торговых партнеров показал, что в Республике Беларусь этот процесс идет еще недостаточно высокими темпами. Так, в 1996 г. в систему товаропроводящей сети входило 90 единиц, в 2006 г. — 174, в 2007 г. — более 180, а по состоянию на 12.09.2008 г. — 263 единицы.

Основными торговыми партнерами Беларуси остаются Россия, Украина, Казахстан, Латвия, Литва, Польша.

По данным Министерства торговли Республики Беларусь в 2008 г. 263 объекта товаропроводящей сети были представлены в 30 государствах мира. Удельный вес отдельных стран по количеству объектов товаропроводящей сети составил: в России — 75 %, в странах СНГ — 12,3 %, в государствах дальнего зарубежья — 12,7 %.

Экспорт белорусских товаров через субъекты товаропроводящей сети в 2007 г. составил более 2700 млн дол. США (в 2006 г. — 1975,1 млн дол.).

Вместе с тем количественное увеличение субъектов товаропроводящей сети и рост объемов экспорта Республики Беларусь (с 15 979,3 млн дол. в 2005 г. до 24 339,3 млн дол. США в 2007 г.) не позволили нашей

