

Согласно Программе развития внутренней торговли к 2010 г. в Беларуси должно появиться 44 крупных торговых центра, из них 12 — в Минске. В 2008—2010 гг. ожидается открытие крупных торгово-развлекательных центров, таких как «Preston Plaza» (45 тыс. м<sup>2</sup>), «Глобо» (50 тыс. м<sup>2</sup>), «Гулливер» (120 тыс. м<sup>2</sup>). Будут построены торговые центры в составе нового делового района в Минске «Минск-Сити», который планируется возвести на месте аэропорта «Минск-1» и авиаремонтного завода. Строительство данного объекта начнется в 2009 г. Застройщиком территории выступит российская газовая компания «Итера».

Тенденции глобализации в розничной торговле характерны для большинства стран мира. Наблюдается экспансия крупных ритейлеров Западной Европы и США (Carrefour, Wal-Mart, Royal Ahold, Tesco, Delhaize Group, Metro и др.) на рынки развивающихся стран. Эксперты отрасли ожидают дальнейшей консолидации и усиления конкурентной борьбы в сфере обращения.

В свою очередь развитие торговли дает толчок развитию складской логистики. Строительство и открытие крупных торговых центров, приход на рынок сетевых ритейлеров влечет за собой строительство логистических центров. Это вопросы параллельные, и в настоящий момент многие сети, которые в Беларуси уже есть, рассматривают возможности создания логистических центров для собственных нужд. Компании-поставщики, которые поставляют в эти торговые сети свою продукцию, тоже заинтересованы в развитии складской логистики. Стоит заметить, что развитие системы товародвижения актуально не только для субъектов хозяйствования, но и для государства в целом — для оптимизации экспортно-импортных потоков, увеличения экспорта транспортных услуг, продвижения отечественных товаров на зарубежные рынки. В Республике Беларусь разработана концепция создания комплексной транспортно-логистической системы, которая предусматривает создание в стране нескольких современных логистических центров, объединенных в единую сеть. Первые центры будут создаваться в Минске на территории аэропорта «Минск-2», а также в областных центрах и крупных промышленных регионах.

*Н.С. Шелег, д-р экон. наук, профессор,*

*Е.Н. Шелег, студентка*

*БГЭУ (Минск)*

## МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

Отсутствие согласованной стратегии и тактики в деятельности субъектов хозяйствования потребительского рынка является одной из основных причин в проявлении отрицательных тенденций его развития. К такого рода причинам можно также отнести: предпочтение хозяйственно-экономических интересов предприятий над социально-экономическими интересами потребителей; доминирующее положение внутрисистемных экономических отношений товаропроизводителей по сравнению с торговлей; наличие неудовлетворенных потребностей в связи с низкими доходами населения; увеличение в структуре розничного товарооборота доли продовольственных товаров и алкогольных напитков; снижение рентабельности торговли и увеличение доли убыточных предприятий этой отрасли; отсутствие четкой координации госу-

дарственного регулирования и т.д. Кроме того, можно выделить и такие причины, как недобросовестная реклама и конкуренция на потребительском рынке, а также недостаточный контроль за качеством товаров, недостаточно эффективная система защиты прав потребителей.

Задачи оптимизации социально-экономических норм общества рассматриваются как перспективный ориентир на рынке товаров, на который должны быть направлены не только усилия государства, но и созданы условия для их достижения субъектам хозяйствования и населения. С одной стороны, это предполагает стимулирование спроса покупателей, создание условий для его развития (например, рост доходов), а с другой — формирование соответствующего объема и структуры предложения товаров на потребительском рынке по доступной для покупателей цене.

На макроэкономическом уровне регулирования потребительского рынка необходимо предусмотреть: регулирование соотношений между производственной и непроизводственной сферами; установление пропорций между уровнем доходов населения, ростом производительности труда и выпуском товаров в необходимом объеме и структуре; определение соотношений между ассортиментом предлагаемых товаров (включая завоз недостающих товаров на потребительском рынке из-за пределов страны, закладку на межсезонный период необходимых запасов и т.д.) и их потребительскими свойствами, уровнем и структурой цен, качеством торгового обслуживания населения; создание нормативно-правового поля для развития предпринимательских структур малого и среднего бизнеса; обеспечение правовых норм по налоговым и другим льготам для предприятий, снабжающих потребительский рынок товарами по социально низким ценам; стимулирование поставок на потребительский рынок отечественных товаров, поддержку отечественных товаропроизводителей; обеспечение защиты прав потребителей; создание благоприятных условий для добросовестной конкуренции на потребительском рынке как среди торговых предприятий, так и среди поставщиков (производителей, импортеров) товаров и т.д.

Проблема регулирования экономики в целом, а также ее отдельных отраслей и систем является важнейшей для любого государства, независимо от того, это командно-административная или рыночная экономика. Вопросы вмешательства государства в командно-административной экономике решаются проще: государство берет на себя основные функции и права по регулированию производства и распределению товаров, продукции и услуг. В результате вмешательство органов государственного управления в хозяйственные отношения является предельно глубоким. Функции государства в условиях переходного периода отличаются от функций в развитой рыночной экономике. Современные экономисты, как правило, детализируют эти функции и связывают их со сложившимися условиями и предпосылками в Республике Беларусь.

Важным направлением государственного регулирования является внешнеэкономическая деятельность (ввоз и вывоз товаров, работ, услуг, технологий и инвестиций).

При переходе от планового хозяйства к рыночному на потребительском рынке Беларуси обнаружили следующие черты: сосуществование новой и старой экономических систем. Хотя структура новой уже обретает первичную рыночную форму, однако рыночная система еще несовершенна, все еще велико влияние плановой экономики, государственного воздействия на потребительский рынок (например, часть товаров, поставляемых на внутренний рынок, квотируется); рост экономических показателей сопровождается инфляцией. Эта ситуация отличается как от положения в

прошлом, когда в условиях плановой экономики рост товарооборота не был стабильным, но инфляция была низкой, так и от явления депрессии, характерной для западных стран; продолжают колебания показателей потребительского рынка, наблюдается дифференциация покупательского спроса; темпы развития экономики в последние годы достаточно высокие, однако ее социальная эффективность сравнительно низка; роль рыночных отношений повышается, а степень интернационализации хозяйственной деятельности и уровень подготовки и переподготовки руководящих работников предприятий к управлению в макро- и микрорегионах значительно отстают от развития макроэкономической ситуации.

Государственное управление, включающее создание и укрепление системы макроэкономического регулирования, определение его целей, методов и политики, является концентрированным воплощением экономических функций государства, объективной необходимостью на этапе перехода к рынку.

*Н.В. Шутилина, ассистент  
БГЭУ (Минск)*

## ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ КРУПНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ОПТА

Динамика и структурные сдвиги, происходящие в сфере оптового распределения, свидетельствуют о существенных изменениях традиционной роли и классических функций отдельных оптовых организаций и всей оптовой торговли в целом.

Среди проблем развития оптовой торговли непродовольственными потребительскими товарами в Республике Беларусь в настоящее время можно выделить:

- слабую вовлеченность крупных оптовых организаций в процесс распределения на внутреннем рынке и их невысокие интегративные возможности в цепочке «производитель — опт — розница»;
- несоответствие объемов и структуры услуг, предоставляемых заказчикам (производителю и рознице), характеру спроса на них;
- невысокую эффективность использования производственных фондов, технологическую, техническую, инновационную отсталость оптовых организаций бывшей системы Министерства торговли Республики Беларусь;
- отсутствие мотивационных предпосылок и финансовых средств для внедрения современных логистических технологий управления материальными потоками.

Существенные сдвиги произошли в структуре источников доходов исследуемых оптовых организаций. Уровень валовых доходов от реализации товаров составляет 7—14 %, в то время как по другим видам деятельности может достигать до 90 % (аренда, услуги по хранению). В результате в наименее выгодном положении оказываются оптовые организации, пытающиеся сохранить специализацию и профиль деятельности, функционируя на прежних принципах.

Несмотря на относительную стабилизацию финансового положения на протяжении последних пяти лет, крупные оптовые организации потребительского опта к настоящему времени фактически потеряли свое место и значение в каналах распределения непродовольственных товаров в стране. Доля крупного опта в структуре источников товарных ресурсов розничных торговых организаций в последние годы не

Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.

Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>