

менилась, сохранены квоты на поставку внутреннему рынку детских сухих молочных смесей, плодоовощных консервов для детей, а также рыбы прудовой. Что касается номенклатуры квотируемых непродовольственных товаров, то их перечень на 2004 год пересмотрен. Исключены из перечня квотируемых товаров ковры и ковровые изделия, обои, тетради ученические, тетради общие. Зато по предложению Министерства промышленности в перечень квотируемых товаров включены дополнительно стиральные машины бытовые, а по предложению Гродненского облисполкома – табачные изделия. Утвержденные объемы квот на поставку товаров на внутренний рынок Беларуси в 2004 году являются минимальными обязательными промышленности и торговли по наполнению потребительского рынка и защите отечественного товаропроизводителя.

Ситуация на потребительском рынке Республики Беларусь в настоящее время позволяет сделать общий вывод о ряде недостатков механизма квотирования как инструмента формирования товарного предложения. Во-первых, квотированием охвачена только часть ресурсов, поступающих на внутренний рынок республики. Кроме того, квотирование или лимитирование по своей сущности направлено на административное удержание части товарных ресурсов на внутреннем рынке. Если говорить только об интересах белорусских товаропроизводителей, то сейчас более актуален вопрос квотирования ввоза товаров.

Таким образом, квотирование в Республике Беларусь по-прежнему практикуется и будет практиковаться в качестве основной меры, обеспечивающей устойчивое снабжение населения товарами первой необходимости. В условиях конкуренции с товарами импортного производства квоты дают преимущества отечественным производителям товаров, поскольку государственный заказ – это обеспеченный сбыт продукции.

О.П. Колтович, ФМ, 4-й курс, гр. ГиМУ-2
Научный руководитель – *Л.Н. Семерная*, ассистент

РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕЙ ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Торговая отрасль – одна из важнейших в экономике Республики Беларусь. Ее доля во внутреннем валовом продукте составляет около 12 %. В сфере внутренней торговли занято свыше 500 тыс. человек, что составляет около 13 % от общей численности занятых в народном хозяйстве.

В настоящее время, в соответствии со стратегическим курсом на формирование социально ориентированной экономики в стране отрабатывается механизм наиболее полного удовлетворения потребностей людей в товарах и услугах, организации торговли на качественно новом уровне.

В свою очередь, перед отраслью ставятся задачи насыщения потребительского рынка, прежде всего, товарами производимыми в республике, упорядочения торговли на рынках и создания цивилизованных условий деятельности этого сектора, развития придорожного сервиса, повышения эффективности работы торговых организаций.

Характеризуя положение дел на потребительском рынке, можно констатировать, что спрос и предложение по большинству товарных позиций сбалансированы. Вместе с тем, по большинству продовольственных товаров покупательский спрос удовлетворяется полностью за счет собственного производства. Так, уд. вес товаров отечественного производства в общем объеме продажи продовольственных товаров составил в 2003 г. 86,6 %, непродовольственных – 75,5 %. Таким образом, задача состоит в том, чтобы рационально использовать эти ресурсы и создавать условия для сохранения внутреннего потребительского рынка за товарами отечественного производства.

Однако количественные параметры не всегда отражают реальную ситуацию и имеющиеся проблемы. Сегодня работа отечественных производителей товаров требует новых подходов и, в частности, в вопросах качества и конкурентоспособности.

Необходимость импорта отдельных товаров легкой промышленности обусловлена, прежде всего, отсутствием производства в республике ряда товаров, несоответствием товаров вырабатываемых отечественной промышленностью тенденциям моды и покупательскому спросу.

Кроме того, негативное влияние на объемы реализации оказывает неконкурентоспособность ряда товаров отечественного производства по цене. Так, цены на обувь ОАО "Лидская обувная фабрика", ситец производства РУП "Барановичское производственное хлопчатобумажное объединение" почти в два раза выше, чем цены на аналогичные товары российского производства.

Таким образом, для минимизации влияния ценовых факторов на уровень спроса и роста привлекательности отечественной продукции необходимо проведение выставок-продаж с демонстрацией товаров, распродаж товаров по сниженным ценам, сезонных ярмарок по продаже сельскохозяйственной продукции.

В свою очередь, одной из важнейших задач является укрепление оптового звена, аккумулирующего товарную массу для обеспечения розничной торговли по заказам организаций. Для активизации работы оптовых баз должно предусматриваться предоставление производителями скидок оптовым организациям.

Должна решаться задача устранения неэффективных посреднических структур от участия в поставках сырья, комплектующих и продвижении отечественных товаров за рубеж.

Обеспечение высоких темпов розничного товарооборота напрямую связан с достижением норматива обеспеченности торговыми площадями. Увели-

чение площадей предполагается путем передачи неиспользуемых помещений под открытие магазинов, создание пешеходных торговых улиц, использование для строительства торговых объектов части средств, поступающих от аренды и продажи торговых помещений на аукционах, перевод индивидуальных предпринимателей с рынков в благоустроенные помещения, используя для этого "долгострой", пустующие помещения закрытых производственных предприятий.

Особое место в удовлетворении спроса населения в товарах и услугах занимает вопрос общественного питания. Так, ощущается недостаток сети кафе, баров для организации досуга детей и подростков. Медленными темпами развивается сеть диетических столовых, кафе, не везде практикуется включение диетических блюд в меню предприятий общедоступной сети, столовых производственных предприятий и учебных заведений.

Постоянное внимание должно уделяться решению задач развития придорожного сервиса. Так, на 2004 г. намечается открытие предприятия с высоким уровнем обслуживания на Минской кольцевой дороге.

В свою очередь, необходимо предоставить индивидуальным предпринимателям, доля которых составляет 25 % от числа занятых в торговле, обустроенные помещения, применение кассовых суммирующих аппаратов, введение лицензирования розничной торговли, что позволит обеспечить прозрачность их деятельности.

Решение поставленных задач рассматривается как минимальное, так как для их выполнения имеются реальные резервы и возможности.

Е.А. Кузнецова, УЭФ, 2-й курс, гр. УТ-2
Научный руководитель – *Л.Н. Семерная*, ассистент

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Электронная торговля (Е-торговля, Е-коммерция) – это любая форма бизнес-сделки, в которой стороны взаимодействуют электронным способом, а не посредством физических операций или прямого физического контакта. По определению Всемирной торговой организации, под электронной торговлей понимается производство, реклама, продажа и распространение товаров посредством телекоммуникационных сетей.

Стремительный рост электронной торговли обусловлен её высокой эффективностью и низким уровнем затрат, что по оценке зарубежных экспертов позволяет снизить цены изделий на 25-30 %.

Общий объём мировой Е-торговли (внутренней и международной) оценивался в 26 млрд. долл. в 1995 г., 180 млрд. долл. в 1999 г. Несмотря на то, что