

Эти модели широко используются маркетологами на Западе, однако в странах СНГ по какой-то причине большого распространения не получили.

Т.Н. Ковалева, ФМ, 4-й курс, гр. ГиМУ-1
Научный руководитель – *Л.Н. Семерная*, ассистент

КВОТИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ТОВАРНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ

С 1998 года в качестве одной из мер стабилизации товарного предложения на потребительском рынке Республики Беларусь введена система квотирования товаров, подлежащих поставке на внутренний рынок. Механизм квотирования преследует цель первоочередного обеспечения внутреннего рынка товарами, которые в условиях свободной купли-продажи могли быть предложены на рынках других стран с выгодой для производителя. Система квот предполагает приоритетные поставки на внутренний рынок по перечню, утвержденному Правительством Республики Беларусь.

В соответствии с установленным порядком перечень квотируемых товаров на планируемый год не позднее 15 сентября Министерство экономики представляет в Совет Министров, предварительно согласовав его с заинтересованными министерствами и другими органами государственного управления. Общая схема механизма квотирования товаров в значительной степени повторяет систему фондирования товаров, действовавшую до середины 90-х годов.

Так, на 2000 г. утвержденный Постановлением Правительства перечень состоял из 44 товарных групп, в частности кондитерские изделия, маргариновая продукция, мука, велосипеды, ковры и ковровые изделия, обои, обувь кожаная, подушки, телевизоры, холодильники и морозильники и др. На 2001 г. перечень квотируемых товаров включал 48 позиций. По сравнению с перечнем 2000 г. в новый список не вошла мука, макаронные изделия, пухо-перовые изделия, но включен детский ассортимент трикотажных, чулочно-носочных и швейных изделий, пленка полиэтиленовая, хозяйственные изделия из пластмассы и хлорвиниловых смол. Перечень 2002 г. состоял из 40 позиций товаров продовольственной и непродовольственной группы. Он сформирован с учетом насыщения потребительского рынка товарами социально-значимой номенклатуры в достаточном объеме.

При определении перечня подлежащих квотированию товаров и объемов квот на их поставку в 2004 году учитывались потребность торгующих организаций в квотируемых товарах для населения, а также задания по объемам производства и поставок этих товаров на экспорт. Номенклатура подлежащих квотированию продовольственных товаров в 2004 г. по сравнению с 2003 г. не из-

менилась, сохранены квоты на поставку внутреннему рынку детских сухих молочных смесей, плодоовощных консервов для детей, а также рыбы прудовой. Что касается номенклатуры котируемых непродовольственных товаров, то их перечень на 2004 год пересмотрен. Исключены из перечня котируемых товаров ковры и ковровые изделия, обои, тетради ученические, тетради общие. Зато по предложению Министерства промышленности в перечень котируемых 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 котирувания как инструмента формирования товарного предложения. Во-первых, котируванием охвачена только часть ресурсов, поступающих на внутренний рынок республики. Кроме того, котирувание 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 котирувания ввоза товаров.

Таким образом, котирувание 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.