

В.Н. ПЛАТОНОВ,
кандидат экономических наук, доцент

(Белорусский государственный
экономический университет)

ОРГАНИЗАЦИЯ РОЗНИЧНОЙ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА К РЫНКУ

В условиях перехода республики к рыночной экономике происходят существенные изменения в организации розничной продажи товаров. Повсеместно резко снижается удельный вес наиболее эффективных форм продажи товаров, прежде всего самообслуживания. Если в 1985—1990 гг. удельный вес самообслуживания в Беларуси был самый высокий среди других республик СССР и достигал более 70 %, то в настоящее время в большинстве магазинов продовольственной торговли он колеблется от 10 до 30 % в товарообороте. Даже продаваемые по методу самообслуживания товары, такие как хлебобулочные изделия, мука, крупа, сахар, консервы и др., из-за резкого повышения розничных цен стали реализовываться традиционными методами. Торговые залы магазинов переоборудуются, дополнительно устанавливаются прилавки и торговое оборудование.

Промышленные предприятия и оптовые базы из-за резкого удорожания бумаги, металлов и других материалов сокращают поставки товаров в расфасованном виде и в таре-оборудовании, что приводит к значительным потерям общественного труда, хотя и отечественный и зарубежный опыт доказал высокую эффективность фасовки товаров именно в промышленности и поставки их в таре-оборудовании в розничную торговую сеть. В результате штаты магазинов самообслуживания вместо сокращения имеют тенденцию к росту, что в конечном итоге приводит к снижению эффективности самообслуживания в целом.

Если раньше розничной и оптовой торговле, предприятиям промышленности доводились конкретные задания по внедрению прогрессивных форм продажи, расширению фасовки и поставки товаров в таре-оборудовании, то в условиях начавшейся приватизации эти проблемы решаются самостоятельно торговыми и промышленными предприятиями. Министерство торговли, промышленные министерства и ведомства, органы власти фактически устранились от их решения, что нельзя считать оправданным. По нашему мнению, при приватизации как магазинов, оптовых баз, так и промышленных предприятий в договорах аренды, уставах и других документах необходимо предусматривать конкретные обязательства последних по внедрению наиболее эффективных форм продажи товаров, расширению фасовки и поставки товаров в таре-оборудовании.

Практически сведена к минимуму в республике и продажа товаров через автоматы. Основными причинами этого являются чизкая экономическая эффективность этой формы продажи, возросшая стоимость самих автоматов, огромный дефицит разменной металлической монеты и др.

В странах с рыночной экономикой эта форма продажи развивается весьма высокими темпами (США, Япония, Франция и др.), удельный вес ее в общем объеме продаж достигает от 2 до 5 %, а по отдельным товарам (сигареты, безалкогольные напитки, кондитерские изделия) — до 15—25 % и характеризуется высокой экономической эффективностью.

С целью расширения объема и повышения эффективности продажи целесообразно создать организационные основы торговли через автоматы, прежде всего открыть специализированные предприятия, частные фирмы, которые получили широкое развитие в зарубежной торговле.

С.П.ГУРКО,

кандидат экономических наук, доцент

ПРИВАТИЗАЦИЯ В ТОРГОВЛЕ

Приватизация — не панацея от экономической немощи. С экономической точки зрения нет разницы между плохими и неэффективными государственными и частными предприятиями.

Приватизация должна проводиться с целью содействия выживанию предприятия, повышению его эффективности, сохранению, а затем и повышению жизненного уровня работников. Главное состоит не в количестве, а в качестве собственников, которые призваны повысить эффективность работы предприятия и придать его развитию социальную направленность. Поэтому нужно устранять не государственную собственность, а ее монопольное положение, способствуя развитию многообразных форм собственности. Пора увязать приватизацию с формированием конкурентной среды, придать ей анти-монопольную направленность, не допускать возрождения монопольных структур под новыми вывесками, ибо только победа над монополизмом лишит питательной среды мафиозные структуры и спекуляцию.

В ходе приватизации необходимо обеспечить привлечение дополнительных средств в сферу обслуживания, а также исключить те способы, которые могут усилить инфляционные процессы.

Приватизироваться может любое государственное предприятие независимо от его величины, рентабельности и конкурентных возможностей, но к каждому из них должен применяться конкретный метод. Так, через публичную продажу акций могут приватизироваться достаточно крупные предприятия торговли, общественного питания и всей сферы