

ПРОБЛЕМЫ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ БЕЛАРУСИ

В настоящее время в Беларуси, несмотря на многочисленность магазинов, наращивают темпы строительства не только рынки, выставки, но и гипермаркеты. Строительство ведется экономически необоснованно, что приводит к снижению рентабельности в торговле. Последних пять лет характеризуются для торговли негативными тенденциями — происходит снижение индексов физического объема товарооборота. Так, в г. Минске по продовольственным товарам индекс снизился на 17 % за рассматриваемый период, по непродовольственным — на 21 %, в регионах данные показатели еще выше. Это говорит о снижении покупательной способности населения. Помимо этого, на предприятиях торговли наблюдается рост запасов продукции: в 2004 г. по сравнению с 2000 г. торговые запасы выросли на 56 %. При этом рост непродовольственных запасов товаров был еще выше (63,8 %).

К сожалению, доходы населения не растут такими темпами, как предложение товара. Так, в 2005 г. доходы населения, согласно данным Министерства анализа и статистики, возрастут только на 8 %; по сравнению с 2004 г. — на 16 %.

В Беларуси тенденция строительства гипермаркетов аналогична польской, где 3 тыс. гипермаркетов вытеснили практически всех частных предпринимателей, которые занимались торговлей. Однако в Польше была создана база для альтернативной работы освободившихся предпринимателей — развитие производства, т.е. предприниматели вкладывали капитал в производство под гарантии государства.

Следовательно, наращивание торговых площадей без учета потребностей спроса населения, а также без грамотного подхода к проблеме высвобождающейся рабочей силы и отсутствия предпосылок развития предпринимательской среды приведет, по нашему мнению, к структурному кризису.

Большой проблемой для торговых предприятий является кво-тирование поставок товаров. В настоящее время основным нормативно-правовым документом при организации торговли является Закон Республики Беларусь «О торговле» от 30.07.2003 г. Он определяет правовые основы осуществления торговли на территории Республики Беларусь, а также государственного регулирования и контроля в этой области.

В данном законе один из принципов осуществления торговли — «соблюдение равенства прав субъектов торговли на осуществление торговли и защита государством прав и законных интересов субъек-

тов торговли и потребителей». Данный принцип вступает в противоречие с формой государственного регулирования «квотирование поставок товаров».

При обязательном квотировании невозможно соблюсти равенство прав субъектов торговли — это внутреннее противоречие самого закона, в силу чего и возникают разногласия при навязывании квот. В связи с этим мы считаем, что для соблюдения равенства прав субъектов торговли на ее осуществление и защиты государством прав и законных интересов субъектов торговли и потребителей надо отменить в законе форму государственного регулирования — квотирование поставок товара.

Для изменения в позитивном направлении ситуации по организации торговли в Беларуси необходимо провести конкретные мероприятия по модернизации подходов к участникам торговли. Решение поставленной задачи мы видим в следующем:

1. Сформировать торговую сеть в соответствии с классическими форматами, путем вычленения операторами узких потребительских сегментов, более глубокой специализации розничной торговли и структуризации форматов торговых точек.

2. Приостановить строительство гипермаркетов до полного подтверждения эффективности их функционирования в том либо ином городе без ущерба существующим торговым предприятиям.

3. Повысить уровень автоматизации процессов, использовать современные технологии продаж, схемы логистики, информационные системы торговли. Организовать развитую товаропроводящую сеть, транспортную инфраструктуру для развития современных форм бизнеса и конкурентных отношений.

4. Развивать оптово-распределительное звено системы товародвижения в соответствии с запросами розничной торговли; подготовиться к значительным структурным изменениям, которые ожидаются в ближайшие годы на потребительском рынке вследствие развития розничных сетей и создания крупных торговых организаций.

5. Рационально использовать торговые площади, разработав концепцию магазина, на данной основе осуществить его технологическую планировку, которая является основным инструментом, позволяющим добиваться наибольшей отдачи от каждого метра площади; укрепить финансовое положение организаций стационарной торговли за счет формирования гибкой системы ставок арендной платы.

6. Создать отдел бесплатной юридической помощи при отделах регулирования торговли для торговых предприятий различных видов собственности. Создать и постоянно обновлять базу данных о возможных партнерах для торговых предприятий.

7. Устранить основные недостатки нормативно-правовой базы: уменьшить объем подзаконных нормативных актов; отменить необоснованное дублирование правовых норм в актах одного уровня; упростить процедуру репрофилирования торгового объекта; отменить квотирование товаров либо скорректировать квоты в сторону уменьшения.

Т.Л. Саршор, соискатель

БГЭУ (Минск)

ОЦЕНКА ВОЗДЕЙСТВИЯ ФАКТОРОВ МАКРОСРЕДЫ НА РАЗВИТИЕ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ БЕЛАРУСИ

Оптовая торговля потребкооперации в настоящее время потеряла свое доминирующее положение на потребительском рынке товаров в сельских регионах республики. Длительный период функционирования без конкуренции не способствовал формированию эффективной экономической, маркетинговой, коммерческой стратегии. Общей тенденцией в деятельности оптовых межрайбаз Белкоопсоюза в последние годы стали отказ от выполнения основной их миссии — бесперебойного снабжения сельской розничной сети необходимым ассортиментом потребительских товаров и переориентация управленческой инициативы на более легкие способы обеспечения жизнедеятельности. Так, с 2001 по 2004 г. на 85,4 % возросла площадь сдаваемых в аренду складских помещений. Их удельный вес в общей торговой площади по отдельным межрайбазам составляет от 35 до 50 % (Минская, Чашникская, Пинская и др.).

Оптовые базы потребительской кооперации постепенно уступают конкурентам перспективные позиции на рынке продовольственных товаров, особенно в районных центрах.

Руководство отрасли видит причины экономического кризиса главным образом в воздействии внешних факторов. Такая позиция отражает пассивную ориентацию менеджмента, не способствующую мобилизации собственного потенциала для выхода из кризисного состояния и роста эффективности хозяйствования.

Многие из внешних факторов были отражены в аналитической части Программы совершенствования деятельности потребительской кооперации на 2005—2010 годы, утвержденной Правительством Республики Беларусь. В ней в качестве основных причин снижения объемов торговой деятельности выдвинуто значительное