

результате приведет к активному внедрению системы КРІ в практику отечественных организаций.

Литература

1. *Бондаренко, Т. В.* Работа над ошибками, или Как разработать эффективную систему КРІ / Т. В. Бондаренко // Менеджмент сегодня. — 2010. — № 4 (58). — С. 236–241.

2. *Палей, Т. Ф.* Использование системы КРІ в процессе реализации стратегии: практический опыт / Т. Ф. Палей, Э. Г. Гаптрахимова // Вести. КГФЭИ. — 2008. — № 2 (11). — С. 27–32.

3. О задачах социально-экономического развития на 2016 г. [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 18 дек. 2015 г., № 504 // Нац. правовой интернет-портал Респ. Беларусь. — Минск, 2016.

Н.И. Асаенок
БГЭУ (Минск)

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К РАЗВИТИЮ ТОРГОВОЙ СФЕРЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Торговля — один из крупнейших видов экономической деятельности в Республике Беларусь. Традиционно в современных условиях торговые организации ориентируются на показатели прибыльности и эффективности использования ресурсов, что позволяет им сконцентрироваться на управлении оперативной деятельностью за счет применения комбинации инструментов и действий, направленных на увеличение выручки, снижение затрат и ускорение оборачиваемости капитала.

Торговля в Республике Беларусь, равно как и в других странах, развивается в соответствии с изменением потребительского спроса, ростом требований к культуре обслуживания и качеству реализуемого товара и служит одним из главных источников поступления денежных средств на формирование основ финансовой стабильности государства. В данной сфере осуществляется структурная перестройка товародвижения, активно развиваются торговые сети, наблюдается развитие специализированных и фирменных магазинов, обновление материально-технической базы, развитие новых форм и методов продажи товаров, автоматизация и внедрение информационных технологий.

Модернизация и развитие экономики Республики Беларусь предопределяют необходимость укрепления и развития государственного и частного бизнеса, однако жертвами этого укрепления все чаще становятся мелкие и средние организации. Не является исключением и рынок розничной торговли. Как свидетельствуют данные Национального статистического комитета Республики Беларусь, в настоящее

время наблюдается рост доли крупных организаций в товарообороте за счет снижения доли средних организаций. Так, в 2014 г., по сравнению с 2013 г., за счет сокращения доли средних и малых торговых организаций доля крупных торговых организаций в общем товарообороте выросла на 2,8 % и составила 64,7 %.

Характерной чертой для сферы торговли в 2014 г. является падение доли рынка государственной торговли на 0,6 %. Это свидетельствует об открытости данного вида экономической деятельности для частного и иностранного капитала. Однако в 2014 г. доля рынка частной торговли также снизилась на 2 % — причиной тому явился стремительный рост торговых организаций с иностранным капиталом, доля которых увеличилась на 2,8 % по сравнению с 2013 г. и составила 14,7 % (в 2011 г. — 5,7 %).

Важным событием для торговой сферы Республики Беларусь стало открытие в 2005 г. первых гипермаркетов, которое знаменовало собой начало «эры гипермаркетов». Это событие положило начало быстрому переходу от розничной торговли к современному мировому формату и негативно сказалось на традиционных форматах торговли, поскольку выразилось в снижении количества рынков и значительном сокращении объемов продаж. Сегодняшние лидеры рынка делают ставки на максимально быстрое расширение торговой сети с постепенным проникновением в регионы и создание современной закупочной логистики как ключевого фактора роста и снижения закупочных цен, создание единых стандартов сервиса и мерчандайзинга.

Таким образом, в современных условиях необходимо уделять значительное внимание поддержанию конкурентной среды на рынке розничной торговли путем соблюдения равенства прав субъектов на осуществление торговли, не допускать развитие монополистической деятельности в сфере торговли, совершенствовать нормативную правовую базу в данной области; создавать условия для развития свободной конкуренции. Это будет способствовать развитию здоровой конкуренции внутри и между форматами торговли, повышению качества обслуживания покупателей, росту рентабельности в торговых организациях, а также позволит лучше удовлетворять запросы потребителей.

*Е.С. Бабанин
А.Ю. Коровин
БГЭУ (Минск)*

ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ: ПРОБЛЕМЫ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

В соответствии с Законом Республики Беларусь «О торговле» электронная торговля — это оптовая, розничная торговля, характеризующаяся