

тем проведения маркетинговых исследований, создания дилерской сети, пунктов сервисного обслуживания и фирменной торговли, открытия торговых домов и представительств, организации рекламной деятельности и формирования банка данных экспортируемой продукции;

- создание совместных производств по выпуску отечественной продукции, имеющей хороший экспортный потенциал.

Существенно сказываются на конкурентоспособности нашей продукции проблемы, связанные с тяжелым финансовым положением многих предприятий, нехваткой оборотных средств, низкой инвестиционной активностью при высоком уровне физического и морального износа основных производственных фондов. Отечественное оборудование значительно уступает зарубежным аналогам по производительности, затратам ресурсов на единицу изделия, в том числе по энергоемкости. Согласно экспертным оценкам, мировым стандартам отвечает лишь порядка 8% экспортируемых машин и оборудования.

Наращивание достаточно высоких темпов развития производства и экспорта республики требует и более высоких темпов импортных закупок. Необходимость в импорте топливно-энергетических ресурсов и социально значимых товаров при ограниченных в настоящее время возможностях экспорта выдвигает на первый план проблему рационального использования импортных ресурсов, от ввоза которых Республика Беларусь не может отказаться, и проблему организации процессов импортозамещения тех видов продукции, производство которой может быть налажено на предприятиях республики. Тем не менее, в настоящее время стратегия экономического развития республики основана, прежде всего, на дальнейшем развитии экспортного потенциала. Определяющей целью развития экспорта является совершенствование его структуры, повышение эффективности и масштабов внешнеторговой деятельности на основе расширения ассортимента и улучшения качества продукции, использования прогрессивных форм международного торгово-экономического сотрудничества. Достижение этих целей в современных условиях невозможно без активного участия государства, формирующего благоприятные экономические, организационные и правовые условия для развития экспорта.

*Н.Л. Каунова*  
ГКИ (Гомель)

## **ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВЕННОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТОРГОВЛИ**

В последние годы в торговле республики происходят существенные преобразования, которые связаны с реформированием системы управления торговлей, реструктурированием предприятий, созда-

нием конкурентной среды, сравнительной нормализацией ситуации на потребительском рынке.

Сейчас в республике насчитывается около 18,6 тыс. магазинов негосударственной формы собственности торговой площадью 1,9 млн. квадратных метров, что составляет 76% их общего числа (из них в потребительской кооперации - 13,8 тыс. магазинов с торговой площадью 1,2 млн. квадратных метра). Розничный товарооборот предприятий негосударственной формы собственности в 1998 году составил около 70%.

Современные экономические условия доказывают необходимость постоянного развития торговой отрасли для реализации ее главной цели - предложение широкого ассортимента качественных товаров и услуг для обеспечения платежеспособного спроса различных категорий населения, активное продвижение отечественных товаров на внутренний рынок, обеспечение высокого уровня обслуживания населения путем совершенствования торговли в рамках общих социально-экономических преобразований.

Возможные задачи для достижения указанной цели сформулированы в Программе основных направлений развития внутренней торговли Республики Беларусь до 2000 года и системы мер по ее реализации. Согласно указанной программе предусматривается:

- формирование законодательной и нормативно-правовой базы, регулирующей развитие торговли, торговой деятельности и товарных рынков Республики Беларусь;
- развитие рыночной инфраструктуры (создание оптовых рынков, торгово-промышленных групп, мелкооптовых магазинов-складов, ассоциированных и акционерных отраслевых и межотраслевых объединений и т.д.);
- создание конкурентной среды и преодоление монополизма в сфере производства и товарного обращения;
- создание благоприятных условий для регулируемого импорта отдельных товаров на монополизированные товарные рынки;
- защита внутреннего рынка при наличии на нем достаточной конкуренции между отечественными производителями;
- развитие отраслевой информационной системы, основанной на современных компьютерных технологиях;
- развитие экономических методов регулирования: финансово-кредитная, налоговая, ценовая, инвестиционная политика;
- развитие системы прав потребителей: ужесточение системы сертификации и стандартизации товаров, повышение ответственности товаропроизводителей и торгующих организаций за качество произведенной и реализованной продукции;
- поддержка малого и среднего бизнеса в торговле;
- создание системы торгового обслуживания социально незащищенных и малоимущих слоев населения;
- создание эффективной системы государственного регулирования деятельности предприятий торговли.