

СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ МОЛДОВА

Приватизация и либерализация экономики, в том числе сферы обращения привела к изменению функциональной роли и форм деятельности оптового посредника на внутреннем рынке Республики Молдова.

Утратив свои позиции в показателях объема товарооборота, экономико-социальный характер оптовой торговли по-прежнему остается в силе. Это вытекает, прежде всего, из положения оптового посредника, обладающего более адекватной информацией по отношению к производителям в рознице, в процессе заключения и осуществления сделок. О роли опта в национальной экономике можно сделать заключение по косвенным показателям, например удельному весу трудовых ресурсов, занятых в сфере распределения и транспорта: 13,7 % против 10,7 в промышленности. Доля оптовой и розничной торговли в создании валового внутреннего продукта в последнее десятилетие возрастает, достигнув 15 %.

В настоящее время в сфере национальной оптовой торговли действует значительное число независимых, преимущественно мелких оптовиков.

По ассортиментному профилю оптовые фирмы успешно осуществляют распределение многообразных и конкурирующих между собой товаров и услуг. Однако большинство из них — специализированные оптовые фирмы, предлагающие не более 1—2 ассортиментных позиций либо, в лучшем случае, товарных групп.

Практически отсутствуют универсальные оптовые предприятия, в силу чего магазины вынуждены работать с большим числом поставщиков (до 250 и более).

Только относительно крупные магазины (1—2 %) работают непосредственно с предприятиями-изготовителями. Изготовители отечественной продукции, в частности продовольственных товаров, включая скоропортящиеся, создают свои каналы распределения посредством официальных дистрибьюторов и фирменной торговой сети; помимо этого продукция реализуется, как правило, любому юридическому либо физическому лицу. Решению ряда проблем оптовой деятельности на внутреннем рынке способствовало бы внедрение системы продаж по принципу “кэш энд кэрри”.

Основная доля товаров, продукции аграрного сектора реально распределяется по многоуровневым каналам, характеризующимся значительным разнообразием по ширине и глубине. Так, по данным официальной статистики 100 % картофеля, 71 % овощей, 86 % пищевого яйца, 99 % семян подсолнуха, 75 % табака, 98 % зерновых и зернобобовых, 32 % сахарной свеклы реализуется на продовольственных рынках, через собственную торговую сеть либо бартерные сделки. Остальная часть продукции направляется заготовительным организациям и предприятиям по переработке сельскохозяйственной продукции.

Учитывая наличие множества хозяйствующих субъектов как в сфере производства, так и в сфере обращения, невозможность каждым производителем иметь собственную снабженческую и рыночную организацию, не-

обходимо упорядочение взаимоотношений производства, опта и розницы на национальном уровне.

Совершенствование оптовой сферы должно стать приоритетом в торговой политике государства путем создания новой системы распределения товаров, услуг и продукции и развития инфраструктуры ее обслуживания. По мере совершенствования системы потребительского рынка будет возрастать и значение цивилизованного транспарентного оптового распределения.

*Н.К. Войтик
БГЭУ (Минск)*

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ КОМПЛЕКСНОЙ АВТОМАТИЗАЦИИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

Современное торговое предприятие представляет собой сложную систему, эффективное управление которой в условиях формирования рыночных отношений невозможно без комплексной автоматизации.

С переходом к рыночной экономике, с появлением возможностей использования мировых достижений науки и техники, рынок торговой техники значительно расширился.

В настоящее время на рынке функционирует много различных видов единиц и систем электронного оборудования. Это современная компьютерная техника, электронные контрольно-кассовые машины, принтеры и сканеры штрих-кодов и др.

Многие отечественные предприятия розничной торговли используют современные технические средства для автоматизации расчетно-кассовых операций, а также в бухгалтерской и других видах учетной деятельности.

На ряде белорусских предприятий торговли применяются системы управления, которые автоматизируют все разделы бухгалтерского учета по оформлению, реализации товаров, формированию заявок на поставку товаров и др.

Вместе с тем, следует отметить, что на многих предприятиях розничной торговли, применяющих автоматизацию, планомерный учет и контроль товародвижения финансовых результатов затруднен, поскольку данные, полученные в разных системах, сложно скоординировать. Такая система автоматизации не обеспечивает эффективность управления предприятием. Поэтому работники многих торговых предприятий часто с недоверием относятся к самой идее комплексной автоматизации торгово-технологического процесса своего предприятия.

Кроме того, руководители некоторых торговых предприятий при выборе вариантов автоматизации на первый план выдвигают технические средства, а затем подбирают программное обеспечение. Это значительно усложняет соединение (стыковку) программного обеспечения с имеющимися техническими средствами. Такой подход при выборе автоматизации снижает ее эффективность.

Одним из факторов, сдерживающих внедрение комплексной автоматизации в розничной торговле, является низкая рентабельность ряда предприятий, недостаток средств для осуществления модернизации оборудования.

Внедрение комплексной автоматизации на торговом предприятии предполагает глубокое обоснование ее вариантов.

Поскольку в процессе работы могут происходить изменения в законодательстве, в сфере бизнеса, то необходимо выбирать фирму, занимающуюся воп-