

трик" — "Мак-Кинси". Построение матрицы производится с использованием метода балловых оценок. В ней вместо показателей темпов роста рынка применяется система показателей привлекательности отрасли и вместо относительной доли рынка — система показателей конкурентоспособности товаров. На основе указанных показателей затем строится матрица направлений политики, разработанная компанией "Шел Кемикалз".

Для дальнейшего совершенствования хозяйственного механизма, таким образом, рекомендуется на макроуровне провести ревизию соответствия экономических стимулов идее устойчивого развития экономики, на мезоуровне — оценить степень привлекательности отрасли для дальнейшего развития и привлечения новых инвестиций по предложенной методике, на микроуровне — разрабатывать планы мотивации. При этом следует помнить, что само планирование еще не означает успеха, важно обеспечить реализацию планов. В этих целях необходимо на государственном уровне иметь программу поддержки предпринимательства, не исключив из нее и торговлю, а на муниципальном — создать необходимую инфраструктуру реализации этой программы (центры, экспертизы и тестирования товаров, информационно-методического обеспечения, центры исследования конъюнктуры рынка, специализированного транспорта, хранилищ, тарного хозяйства, сервисных услуг, бизнесинкубаторы и др.).

*В. Венграускас, В. Балкявичюс
Вильнюсский университет (Вильнюс)*

ИССЛЕДОВАНИЯ СОСТОЯНИЯ СЕКТОРА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ЛИТОВСКОЙ РЕСПУБЛИКИ МЕТОДОМ SWOT-АНАЛИЗА

В стратегическом анализе выделяют две области исследования: анализ среды и анализ ресурсов. В каждой из них детально анализируются множество внешних и внутренних аспектов отрасли, предприятий. Объединить и обобщить результаты анализа среды и ресурсов позволяет так называемый SWOT-анализ (Сильные и Слабые стороны, Возможности, Угрозы).

Сильные и Слабые стороны охватывают основные факторы формирования стратегии отрасли, предприятия, которые выявляются анализируя ресурсы. Возможности и Угрозы охватывают основные факторы формирования стратегии отрасли, предприятия, которые выявляются, анализируя среду. SWOT-анализ позволяет выявить преимущества отрасли, предприятия, что делается безупречно. Анализируя Слабые стороны необходимо установить, что делается плохо, чего необходимо избегать, что лучше делают конкуренты и что необходимо улучшить.

Хорошо выполненный анализ Сильных и Слабых сторон позволяет выявить возможности отрасли, предприятия. Особенно важно выявить Угрозы, чтобы их возможно было превратить в Возможности или сделать Сильной стороной. От глубины SWOT-анализа зависит обоснованность многих принимаемых важных стратегических решений.

Ниже изложен SWOT-анализ сектора розничной торговли Литовской Республики, основанный на статистических данных и проведенных исследованиях.

<p>Сильные стороны</p> <p>Хорошо развит сектор Достаточно много больших предприятий способны конкурировать на международных рынках Старые традиции подготовки специалистов розничной торговли Большое количество занятых в секторе</p>	<p>Слабые стороны</p> <p>Много мелких и средних предприятий Большая текучесть кадров Уход рабочих из сектора Тяжелые условия труда: длинный рабочий день, низкие зарплаты Недостаточно развита инфраструктура профессиональной подготовки рабочих Большие региональные различия</p>
<p>SWOT-анализ</p>	
<p>Возможности</p> <p>Рост экономики; Членство в ЕС Развитие туризма Создание фонда профессионального обучения</p>	<p>Угрозы</p> <p>Низкий доход населения Большие налоги Технологические изменения Теневая экономика Большая конкуренция Потеря литовской самобытности Исчезновение специализированных магазинов</p>

Рис. SWOT-анализ сектора розничной торговли Литвы

Основные преимущества сектора розничной торговли Литвы — это хорошо развитая сеть предприятий, формирование крупных торговых сетей, создание торговых центров. В торговле укрепляются конкурирующие между собой крупные торговые компании. С ростом покупательной способности населения будет расти товароборот розничных предприятий. Этому росту будет способствовать растущая экономика, вступление в Европейский союз, развитие туризма. Основным недостатком сектора розничной торговли Литвы является неравномерное развитие розничной торговой сети в регионах.

Очевидно, что в больших городах лучше развита торговая сеть — здесь расположились крупные торговые центры, тогда как в небольших городках, в деревне, много мелких магазинов, без новых технологий. Основные угрозы — это низкая покупательная способность населения, острая конкуренция не только между крупными торговыми предприятиями, но и последних с небольшими магазинами. Много мелких предприятий розничной торговли потеряли банкротство или изменили профиль своей деятельности.

Оценивая изменения в розничной торговой сети Литвы в период 1995—2000 гг. следует отметить, что основные изменения в торговой сети связаны как с ростом торговой площади, так и с увеличением средней торговой площади магазина. Положительные изменения 1995—2000 гг. произошли в структуре товарооборота. Отмечается рост доли непродовольственных товаров. Следует отметить, что в последние годы прямые иностранные инвестиции в сектор торговли составляют четверть всех прямых иностранных инвестиций в экономику Литвы. Это свидетельствует об заинтересованности иностранных инвесторов сектором розничной торговли Литвы.

Обобщая результаты SWOT-анализа сектора розничной торговли Литвы можно сделать следующие выводы.

1. Сектор удовлетворяет любые потребности населения товарами и услугами.
2. Наблюдается ожесточенная конкуренция между крупнейшими торговыми системами за рынок.
3. Происходит вытеснение из рынка мелких и средних торговцев розничной торговли.
4. Проникновение на рынки соседних стран.

*В. А. Витушко
БГЭУ (Минск)*

О СНИЖЕНИИ УРОВНЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ ПРАВ ГРАЖДАН-ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Сравнительный анализ Закона Республики Беларусь “О защите прав потребителей” от 19 ноября 1993 г. и Закона Республики Беларусь “О защите прав потребителей” от 9 января 2002 г. показывает резкое снижение уровня законотворческой работы по защите прав граждан-потребителей в сфере торговли.

1. Так, согласно п.6 ст. 7 закона от 19.11.93 г. требования потребителя о возмещении убытков, причиненных недостоверной или недостаточно полной информацией о товарах либо недобросовестной рекламой, рассматриваются исходя из предположения об отсутствии у потребителя специальных знаний о свойствах и характеристиках приобретаемых товаров. А в п. 4 ст. 8 закона от 09.01.02 г. указания о недобросовестной рекламе исключены. И более того, в новый закон от 09.01.02 г. включен п.2 ст. 8, согласно которому на потребителя возложена обязанность доказывать отсутствие у него должной информации о товарах и ответственность продавца за недостатки информации о товаре после его покупки.

Таким образом, нейтрализовано действие презумпции о вине продавца (изготовителя) в убытках граждан в силу отсутствия у них должной информации о товарах.

2. Закон от 09.01.02 г. снимает с изготовителей и продавцов товаров ответственность за безопасность товаров если гражданин-потребитель нарушит технические и иные правила эксплуатации товара (п. 3 ст. 10). При этом закон не учитывает то, что граждане зачастую не являются специалистами в области техники, а современная сложная бытовая техника должна исключать возможность своего повреждения, а также повреждения имущества и здоровья граждан даже при случайном нарушении ими правил эксплуатации этой техники. Только умысел или в крайнем случае грубая неосторожность граждан в обращении с техникой, влекущие ее повреждение и иное причинение вреда могут быть условиями, исключающими ответственность продавца за безопасность товаров. Возложение ответственности на продавца (изготовителя) за безопасность товаров вытекало из систематического толкования закона от 19.11.93 г.

Введение в ст. 10 закона от 09.01.02 г. освобождения продавца (изготовителя) от ответственности за безопасность товаров противоречит всей логике отечественного и зарубежного гражданского законодательства об ответственности за вред, причиненный источником повышенной ответственности. Коль скоро продавец (изготовитель) теперь освобождается от гарантий безопасности товаров при отсутствии повышенных мер предосторож-