

такт в основном месте встречи целой отрасли и в главной точке конкуренции, а именно — на специализированной выставке.

В глобальном экономическом аспекте выставки продолжают быть зеркалом технического развития, “биржей” информации, термометром цен, экономико-политическим форумом прогнозирования конъюнктурных изменений, социальным явлением с экономическим, политическим и культурным подтекстом. В связи с перспективой вступления Республики Беларусь во Всемирную торговую организацию (ВТО) и Европейский союз особую важность для расширения рынков сбыта наряду с активной экспортной политикой и повышением конкурентоспособности отечественных товаров приобретает активизация работы по проведению межреспубликанских ярмарок, выставок, семинаров. Именно выставочная деятельность, являясь особой формой организации оптовой торговли, должна обеспечивать расширение потребительского рынка за счет установления как межрегиональных, так и межгосударственных хозяйственных связей.

*А.Г. Ромина*  
*БГЭУ (Минск)*

<http://edoc.bseu.by>

## **НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Итоги развития потребительского рынка и внутренней торговли в 1996—2000 гг. свидетельствуют о позитивных тенденциях. Так, производство товаров возросло в сопоставимых ценах в 1,8 раза по сравнению с прошлым пятилетием, улучшилось качество и повысилась конкурентоспособность ряда товаров, увеличились денежные доходы на душу населения на 71 % от уровня 1995 г., в связи с чем возрос платежеспособный спрос населения на товары и услуги. Объем розничного товарооборота за 1996 — 2000 гг. возрос в 2,4 раза, в том числе по продовольственным товарам в 2 раза, непродовольственным — в 3,1 раза. В тоже время доля продовольственных товаров в товарообороте несмотря на некоторое снижение, остается высокой. В 2000 г. она достигла 60,7 % против 44,9 % в 1990 г.

За последние годы осуществлен ряд мер по реструктуризации и реформированию отрасли. В торговле негосударственный сектор стал преобладающим и обеспечивает 75 % общего розничного товарооборота.

Однако в торговле остаются нерешенными ряд вопросов.

В Программе развития внутренней торговли Республики Беларусь на 2001 — 2005 гг. рассмотрены проблемы и определены пути развития розничного товарооборота и потребления важнейших товаров, расширения и совершенствования инфраструктуры, развития науки, технической и технологической политики, управления и реформирования собственности, финансово-кредитного обеспечения торговой отрасли, кадрового обеспечения торговли.

Согласно Программе в 2005 г. розничный товарооборот возрастет в сопоставимых ценах по сравнению с 2000 г. на 50—55 %, улучшится его структура. Удельный вес продовольственных товаров прогнозируется на уровне 56,4—55 %. Будет продолжаться работа по насыщению рынка высококачественными товарами. За пятилетие предусматривается расширить торговую сеть за счет строительства 107 объектов розничной торговли и общественного питания. В 2005 г. количество магазинов составит 25,4

тысяч. Будет реконструировано и отремонтировано более 1,4 тысячи магазинов и объектов общественного питания.

Основными направлениями развития розничной торговой сети должны стать:

- универсализация продовольственной торговли;
- развитие специализированных и узкоспециализированных непродовольственных магазинов в районах жилой застройки;
- создание крупных универсальных розничных объектов, торговых центров и торговых комплексов;
- формирование сети "удобных магазинов" с широким ассортиментом продовольственных и непродовольственных товаров;
- создание сети дисконтных магазинов;
- выделение специальных зон для уличных ярмарок и базаров;
- формирование автономных зон торгового обслуживания вдоль автомагистралей.

Дальнейшее развитие получат фирменная торговля, внемагазинные формы продажи товаров (через коммивояжеров, на рынках, электронная торговля и другие формы), торговое обслуживание, имеющее социальную направленность, прогрессивные формы продажи товаров и обслуживания населения и т.д.

Выполнение поставленных перед отраслью задач позволит повысить качество торгового обслуживания населения республики.

*Н.Н. Симанович*  
*БГЭУ (Минск)*

## РЕГУЛИРОВАНИЕ ОБРАЩЕНИЯ СТЕКЛЯННОЙ ТАРЫ В ТОРГОВЛЕ

Стеклоянная тара относится к залоговой и предусматривает получение в момент реализации товара суммы залога, возвращаемой покупателю после возврата освободившейся тары. Для стимулирования сбора возвратной стеклоянной тары предприятиями пищевой промышленности выплачивают торговым предприятиям и предприятиям общественного питания бонус на возмещение расходов по ее сбору, хранению и премированию торговых работников, осуществляющих сбор и возврат стеклопосуды. Предприятия перерабатывающей промышленности, использующие возвратную стеклояную тару, выплачивают 15 % залоговой ее стоимости; предприятия молочной промышленности — 2,5 %. Поставщик выплачивает покупателю 6,5 % залоговой стоимости стеклоянной тары для возмещения расходов по ее сбору и хранению и 1,5% на премирование, а также расходы по транспортировке возвратной тары по фактическим тарифам. Эти условия определены Порядком оплаты транспортной тары, поставляемой с продукцией (товарами) и при ее возврате, утвержденным постановлением Департамента цен при Госкомитете РБ по экономике и планированию от 29 апреля 1993 г. № 183ц. Операции по возврату стеклопосуды осуществляются в соответствии с Правилами приема стеклоянной тары от населения, утвержденными приказом Министерства торговли Республики Беларусь от 10 октября 1994 г. № 67 (с учетом изменений, внесенных приказом МТ от 30 апреля 1999 г. № 49). Кроме того, розничные торговые предприятия при совершении операций со стеклопосудой должны соблюдать требования Инструкции по учету розничного товарооборота и товарных запасов в торговле, ут-