

РАЗВИТИЕ РЫНКА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

Анализ спроса населения на продовольственные товары подтвердил тенденцию предпочтения товаров отечественного производства перед товарами импортного производства. Отечественные производители, вступив с иностранными в конкурентную борьбу за внутренний рынок сбыта, одержали преимущество, прежде всего, в вопросах качества продуктов. Продовольственные товары отечественных производителей доступны по цене, привлекательны по дизайну и упаковке, их продвижение на рынок становится с каждым годом все активней и профессиональней.

Внутренний рынок продовольствия за годы экономических реформ не утратил и активно развивается. В то же время внутренний рынок непродовольственных товаров, в основном, заполнен товарами импортного производства.

Создание внутреннего рынка не соответствует идеологии глобализации, находится по отношению к ней в диалектическом противоречии. Внутренний рынок призван смягчить результаты глобализации на национальном и региональном уровнях.

Внутренний рынок предполагает присутствие в гарантированном минимальном объеме всех элементов жизнеобеспечения населения. По продукции сельскохозяйственного производства развитый внутренний рынок создает продовольственную самостоятельность и безопасность. Для Республики Беларусь обеспечение продовольственной безопасности – необходимое условие не только сохранения государственности, но и фактического выживания самого населения. Анализ мирохозяйственных процессов позволяет утверждать, что продовольственная зависимость в будущем станет одним из основных рычагов внешнеполитического влияния, определяющим место страны в мировом сообществе.

Определяющим требованием продовольственной безопасности является стабильное обеспечение населения продовольствием в нужном количестве и соответствующего качества. Однако продовольствием недостаточно только обеспечить, требуется создание таких экономических условий, достижение такого уровня доходов населения, формирование таких цен, создание таких объектов инфраструктуры, при которых гарантировалась бы доступность и достаточность его для населения.

*Буртоликова С.В.
УО БТЭУ ПК (Гомель)*

ТОРГОВОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ В ФИРМЕННЫХ МАГАЗИНАХ

Фирменный магазин является составной частью розничной торговой сети региона и осуществляет свою деятельность в условиях конкуренции с другими субъектами хозяйствования. В фирменных магазинах есть хорошая возможность выявить отношения покупателей к товарам и провести оперативный учет их мнений в процессе принятия конкретных управленческих решений.