

национальных сетей, развитием электронной торговли и внедрением новых форм торговли, до настоящего времени неизвестных либо мало знакомых отечественным продавцам. В условиях усиления рыночной конкуренции и быстрых изменений в рыночной среде принятие управленческих решений становится крайне затруднительным. Однако, целенаправленно применяя такой инструмент, как управление продажами, некоторые предприятия добились больших успехов в своей деятельности.

Управление продажами — это комплексное, многоплановое понятие, к которому, однако, еще не сформировалось общепринятого подхода. Некоторые специалисты рассматривают его как вопрос управления, прежде всего людьми, которые занимаются продажами. Другие считают, что управление продажами — это в первую очередь управление каналами сбыта. Довольно много внимания уделяется необходимости автоматизировать процесс взаимодействия с клиентами, что также называют управлением продажами.

По мнению автора, управление продажами — это комплексное понятие, формирующееся на стыке менеджмента, маркетинга и собственно искусства продаж и включающее в себя управление персоналом, ассортиментом, ценами, товарными запасами, а также автоматизацию процессов взаимодействия с клиентами и учета товаров.

*Н.Е. Свирейко, канд. экон. наук
БГЭУ (Минск)*

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ КАК УСЛОВИЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

Для обеспечения продовольственной безопасности в республике приняты программы импортозамещения, направленные на производство конкурентоспособных товаров-аналогов и обеспечение устойчивого развития внутреннего потребительского рынка.

Объектами импортозамещения выступают некоторые товары критического импорта, которые в силу климатических условий или традиций в Беларуси производятся в недостаточном количестве: растительное масло, рыба, табачные изделия, сахар-сырец и заменители сахара. В отношении многих из них применяются квотирование отечественных и импортных поставок на внутренний потребительский рынок, лицензирование импорта, установление предельных торговых надбавок и импортных таможенных пошлин.

Кроме того, импортозамещение проводится в отношении кисломолочной продукции, семян ржи, пшеницы, овса, кукурузы и бобовых культур, пивоваренного ячменя, гибридов рапса пищевого использования, генотипов свиней и крупного рогатого скота, комбикормов для осетровых и лососевых рыб, продуктов переработки фруктов и овощей.

В ходе реализации программ произошло заметное сокращение импорта сахара, рыбы и зерновых культур, созданы предпосылки для наращивания экспорта отдельных продуктов питания в будущем. В целом в товарообороте продовольствия республики доля отечественных товаров превысила 86 %. Рентабельность реализованной продукции в пищевой промышленности в 2006 г. составила 8,4 % (в 2005 г. — 8,5 %), рентабельность продаж — 6 % (5,9 %).

Вместе с тем были выявлены негативные моменты: более высокие цены на выпускаемую продукцию и недостаточно широкий ассортимент по сравнению с зарубежными конкурентами, рост запасов нерезализованных отечественных товаров, применение административных методов для вытеснения импорта (контроль над соблюдением ассортимента перечня, доведение удельного веса реализации отечественных товаров, использование нетарифных барьеров) и др.

Реальное импортозамещение наблюдается в том случае, когда вытеснение импорта товаров с внутреннего рынка достигается рыночными методами, в конкурентной борьбе между товаропроизводителями за потребителя. При этом торговля должна создавать условия для приобретения покупателями отечественной продукции, а пищевая промышленность — производить товары, привлекательные для потребителей.

В связи с этим в перспективе развитие отечественной пищевой промышленности должно быть ориентировано на привлечение инвестиций, проведение модернизации всех отраслей с внедрением новых технологий производства, выпуск конкурентоспособных товаров разнообразного ассортимента. К числу важных мер, связанных с ослаблением зависимости от импорта продовольствия и устойчивым развитием потребительского рынка Беларуси, относится также создание экономической обоснованной системы тарифного и нетарифного регулирования в соответствии с нормами ВТО с целью дифференцированного допуска зарубежных товаров на внутренний рынок.

*С.Н. Спиридонова, аспирант
БГЭУ (Минск)*

ОЦЕНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УРОВНЯ ПЕРСОНАЛА ТОРГОВОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В условиях транзитивной экономики от персонала торговых организаций требуется более высокий уровень знаний, умений и квалификации, которые помогут ему успешно решать новые задачи.

Согласно статистическим данным, в 2000—2005 гг. большинство работников отрасли имели лишь среднее общее, включая профессионально-техническое (54,9—50,5 %), и среднее специальное образование (26,0—25,1 %). Однако в последнее время наблюдается увеличение числа работников с высшим образованием.