

Республики Беларусь, в топ-10 крупнейших торговых сетей в стране по торговле продовольственными товарами вошли сети «Евроопт», «Корона», «Алми», «Рублевский», «Доброном», «ГИППО», «Белмаркет», «Соседи», «Март INN», «Простор»; в топ-10 крупнейших торговых сетей по торговле непродовольственными товарами — «АМИ Мебель и Лагуна», «Пинскдрев», «Остров чистоты», «Буслік», «Пятый элемент», «Мила», «ОМА», «KARI», «Новоселкин и Mile», «Электросила». Наблюдается тенденция активного выхода на белорусский рынок торговых сетей с иностранным капиталом.

Сегодняшние лидеры рынка делают ставку, во-первых, на максимально быстрое расширение торговой сети с постепенным проникновением в регионы, во-вторых, на создание современной закупочной логистики как ключевого фактора роста и снижения закупочных цен, в-третьих, на создание единых стандартов сервиса и мерчандайзинга во всей сети.

Тенденцией функционирования торговых сетей 2016–2017 гг. стало увеличение числа программ лояльности покупателей, дифференциации цен с учетом потока потребителей в течение дня (скидка в будние дни при приобретении товаров до 12.00, акции «Каждый супервторник» и др.). Распространено предоставление скидок с цены при предъявлении установленного количества упаковок, крышек и т.д. Активно подход снижения цены за приобретение большего количества товаров применяют обувные магазины (например, «Купи вторую пару со скидкой 50 %» и др.), направленные на увеличение средней стоимости чека.

Большинство магазинов устанавливают цены на товар в мелкой расфасовке в пересчете на 1 кг или 1 л дороже, чем на товар в большей расфасовке. Этот прием относится к расфасовке сыпучих и наливных товаров (например, в сети «ОМА»). Применяется расфасовка штучного товара в упаковки от 1 ед. товара до 5 и более. Товар, упакованный поштучно, продается дороже того, который расфасован по несколько единиц.

Для республики в целом такая тенденция может негативно сказаться на реализации товаров отечественного производства, так как иностранные торговые сети отдают предпочтение продвижению товаров зарубежных производителей.

К.Н. Сакович

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Р.П. Валевиц

(канд. экон. наук, профессор)

КРИЗИС НА РЫНКЕ САХАРА

Сахарная промышленность — одна из самых перспективных отраслей для нашей страны. Отечественный сахар имеет высокое качество

и пользуется спросом и на внутреннем, и на внешних рынках. На рынке сахара Республики Беларусь возникла проблема, связанная с более низкими ценами на сахар у прямого конкурента (в данном случае России) — на 15–20 %. Согласно данным Белстата, в январе—ноябре 2017 г. Беларусь произвела 580,3 тыс. т сахара, что на 20,7 % меньше уровня аналогичного периода 2016 г. Также импорт сахара из РФ в нашу страну за январь—сентябрь 2017 г. по сравнению с данными за январь—сентябрь 2016 г. вырос в 17 раз с 2,1 до 36,8 тыс. т [1]. Причиной сложившейся ситуации стало то, что в 2017 г. производство свекловичного сахара в Российской Федерации достигло нового исторического максимума и составило 6688,9 тыс. т, что на 16 % больше 2016 г. Это стало следствием роста посевных площадей сахарной свеклы сельскохозяйственных предприятий на 7,7 % и роста на 7 % выхода сахара на заводах благодаря высокой сахаристости свеклы. На российском рынке уже второй год наблюдается перепроизводство сахара, что оказывает воздействие на политику внешней торговли со странами-соседями, включая Республику Беларусь.

Чтобы устранить значительную разницу цен на сахар в Беларуси, Министерство антимонопольного регулирования ввело временное государственное регулирование на сахар белый. Соответствующее решение было утверждено постановлением министерства от 4 декабря 2017 г. № 60. В соответствии с данным постановлением, минимальная цена на российский сахар должна превышать 1,5 руб. за один кг. Постановление вступило в силу с 16 января и будет действовать в течение 90 дней [2, 3]. Данная мера носит краткосрочный характер и не устраняет саму проблему. Ведь через 3 месяца цены перестанут регулироваться и российский сахар опять подешевеет. Поэтому необходимы другие меры по недопущению такого рода кризисов.

Во-первых, требуется продолжить работу по упорядочиванию нормативных документов, чтобы не доводить до регулирования цен. Мы стремимся к модели рыночной экономики, где цены устанавливаются в соответствии со спросом и предложением, а не регулируются государством.

Во-вторых, необходимо снизить себестоимость сахара отечественных производителей. Это соответствует условиям цивилизованной конкуренции: если на рынке появляется товар с более низкими ценами, то существующим на этом рынке производителям необходимо снижать цены на свою продукцию, чтобы оставаться конкурентоспособными, а не устанавливать минимальные цены на продукцию. Главным критерием производства является удовлетворение интересов потребителя.

Список использованных источников

1. Беларусь выкупит у России «лишний» сахар [Электронный ресурс] // РКБ. — Режим доступа: <https://www.rbc.ru/business/31/10/2017/59f74ed89a794733a8c2fd54>. — Дата доступа: 20.02.2018.

2. В Беларуси увеличат цены на российский сахар [Электронный ресурс] // Беларусь Сегодня. — Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/>

v-belarusi-uvelichat-tseny-na-rossiyskiy-sakhar.html. — Дата доступа: 20.02.2018.

3. Договор о Евразийском экономическом союзе [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163855/. — Дата доступа: 20.02.2018.

И.С. Семенков

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Р.П. Валевиц

(канд. экон. наук, профессор)

АКЦИОНИРОВАНИЕ КАК СПОСОБ РАЗВИТИЯ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Причинами и предпосылками возникновения и развития акционерных обществ в мировой экономике явилась нехватка инвестиций для выпуска качественных и конкурентоспособных товаров. Приобретение новых технологий было затруднено ввиду их большой стоимости, на что у компаний не хватало финансовых ресурсов даже не самым мелким организациям. Укрупнение и объединение капиталов за счет акционирования могло позволить решить эту проблему. В Беларуси акционирование предприятий происходило на фоне процесса приватизации и разгосударствления экономики. Данный процесс начался в 1991 г. и продолжается по настоящее время. Реальное развитие в Беларуси получили две формы акционирования: открытое акционерное общество и закрытое акционерное общество.

Торговля, как и другие субъекты хозяйствования, принимали участие в акционировании. К примеру, ОАО «ЦУМ Минск» — розничная торговая организация, которая осуществляет свою деятельность на рынке розничной торговли непродовольственными и продовольственными товарами г. Минска и преобразована в акционерное общество.

Доходы от реализации продукции, товаров, работ услуг ОАО «ЦУМ Минск» увеличились в 2015 г. по сравнению с 2014 г. на 0,87 % и составили 18 547,7 тыс. руб., в 2016 г. по сравнению с 2015 г. увеличение данного показателя произошло на 14,26 %, тем самым составили 21 195,1 тыс. руб. В то же время отрицательным является тот факт, что при увеличении доходов от реализации снижается их уровень в выручке от реализации с 26,65 % в 2014 г. до 23,89 % в 2016 г. Параллельно отмечается рост расходов на реализацию товаров. Темп прироста в 2015 г. составил 1,53 %, в 2016 г. — 14,99 %, что несомненно является негативным фактором в деятельности ОАО «ЦУМ Минск». Вместе с тем при увеличении расходов на реализацию снижается их уровень в выручке от реализации с 24,42 % в 2014 г. до 22,17 % в 2016 г., что дает положительное влияние на прибыль. В 2016 г. по сравнению с 2015 г. чистая прибыль увеличилась на 17,03 %, что является положительным фактором в деятельности предприятия. По результатам работы ОАО «ЦУМ Минск» работникам выплачиваются дивиденды.