

- продовольственные магазины самообслуживания с сопутствующими непродовольственными товарами, рассчитанными на каждодневные закупки;
- крупные универсальные магазины с широким ассортиментом продовольственных и непродовольственных товаров массового спроса, расположенных преимущественно в пригородах и на трассах, с большими стоянками для автомобилей и рассчитанные, в основном, на закупки товаров на неделю и более длительный срок – гипермаркеты;
- магазины, торгующие товарами по ценам, более низким по сравнению с другими предприятиями – дисконтные магазины;
- опгово-розничные объединения.

Любые образования будут только тогда эффективными, когда будут сопровождаться созданием и развитием соответствующей инфраструктуры и информационного пространства.

<http://www.bseu.by>

*Валевич Р. П., Суций М. А.
БГЭУ (Минск)*

ВЛИЯНИЕ СУПЕР- И ГИПЕРМАРКЕТОВ НА КОНКУРЕНЦИЮ В ТОРГОВОМ БИЗНЕСЕ

В Беларуси остро ощущается нехватка торговых предприятий. Имеющиеся в наличии не в состоянии удовлетворять растущий спрос населения. Для полного насыщения рынка торговыми структурами потребуется еще несколько лет. Мелкооптовые рынки в нынешнем виде уйдут в прошлое. Появятся магазины западного типа: супермаркеты, гипермаркеты, моллы, дискаунтеры. Значительно жестче станет конкуренция. Любая, даже самая незначительная, ошибка в логистике будет грозить потерей покупателей.

Для того, чтобы вхождение на внутренний рынок Республики Беларусь новых торговых организаций было цивилизованным, следует при разработке перспективных программ развития торговой сети учесть опыт других стран, прошедших этот путь. Опираясь на опыт других стран при принятии решения о внедрении в строй супер- и гипермаркетов, необходимо:

- обеспечить гарантии действующим субъектам хозяйствования малого и среднего бизнеса. В зоне деятельности супермаркетов на-

до предусмотреть определенные преференции для малых и средних предприятий, скажем, льготы по арендной плате, дотации за счет получаемой городом прибыли, чтобы сохранить в оптимальном объеме действующую торговую инфраструктуру, обеспечив равное, а главное, привычное для населения размещение объектов розничной торговли на территории города;

- предусмотреть условия, согласно которым учредители супермаркетов размещают максимальное количество заказов на производство различных товаров именно на белорусских, тех же малых, средних и крупных предприятиях;
- способствовать созданию надлежащих условий работы персонала.

<http://www.bseu.by>

Верезубова Т. А.
БГЭУ (Минск)

СТРАХОВАНИЕ ОТВЕТСТВЕННОСТИ АВТОПЕРЕВОЗЧИКОВ

В условиях развития рыночных отношений в Республике Беларусь одним из важнейших направлений деятельности белорусских предприятий является поиск путей их выхода на международный рынок. Ввиду выгодного геополитического положения Республики Беларусь установление внешнеэкономических связей с зарубежными партнерами возможно независимо от сферы деятельности. Любая внешнеэкономическая деятельность несет в себе риск, как в организационном плане, так и в финансовом. Современная экономическая нестабильность ставит под сомнение возможность выполнения своих обязательств сторонами, заключившими внешнеторговый контракт, и, следовательно, требует использования инструментов риск-менеджмента, снижающих соответствующие риски. Там, где существует тот или иной риск, исторически имеет место страхование.

Страхование ответственности – это один из важных видов страхового бизнеса. В условиях жестких законов оно связано с постоянной денежной ответственностью граждан и юридических лиц за свои действия. Многие виды деятельности влекут за собой угро