

## **ВЛИЯНИЕ ИЗМЕНЕНИЯ ЦЕН НА СТРУКТУРУ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА**

Цены существенно влияют на экономические показатели эффективности деятельности субъектов хозяйствования. В рыночной экономике показателем оценки деятельности субъектов хозяйствования в торговле является розничный товарооборот. Оценка влияния изменения цен на структуру розничного товарооборота дает возможность обнаружить процессы и изменения, происходящие в потреблении товаров, связанные с изменением цен, тенденции развития цен и структуры розничного товарооборота, служит экономически обоснованной базой для прогнозирования розничного товарооборота.

Индекс потребительских цен (ИПЦ) Республики Беларусь всегда находился на уровне выше мирового, однако полностью повторял тенденцию мировых процессов вплоть до 2010 г. включительно. В 2011 г. переход к свободному ценообразованию в стране осложнился резкой интенсификацией инфляционных процессов, связанных с политикой в отношении обменного курса белорусского рубля и сложившимися диспропорциями в процессе воспроизводства страны, что нашло отражение в значительном увеличении ИПЦ Республики Беларусь до свыше 50%. В 2013 г. продолжилась тенденция 2012 г. - ИПЦ снизился до 16,5%. Международный валютный фонд в Обзоре мировой экономики (World Economic Outlook) прогнозирует для белорусской экономики в 2014 г. годовую инфляцию в размере 16,3%, т.е. на уровне 2013 г., а вот в 2015 г. незначительное замедление роста потребительских цен до 15,4% [1].

На протяжении длительного периода времени в структуре розничного товарооборота Республики Беларусь преобладала продажа продовольственных товаров над непродовольственными. С 2011 г. произошли существенные изменения в соотношении групп в пользу вторых. Безусловное влияние в переломном моменте оказали цены: более низкие торговые надбавки устанавливаются на социально значимые товары, большая часть которых относится к продовольственной группе, в то время как с принятием Директивы №4 «О развитии предпринимательской инициативы и деловой активности в Республике Беларусь» от 31 декабря 2010 г. были сняты ограничения по уровню торговых надбавок для всех остальных товаров. Однако уже в 2013 г. проявилась тенденция преобладания продовольственных товаров над непродовольственными опять проявилась. Постепенное исключение из перечня социально значимых товаров отдельных групп продовольственных товаров расширило возможности субъектов хозяйствования устанавливать самостоятельно торговые надбавки в соответствии с ситуацией на рынке.

За 2008-2013 гг. тенденция роста цен по структуре относительно ИПЦ сохранилась в опережении роста цен на продовольственные товары над ростом цен на непродовольственные товары. В развитии цен на продовольственные товары отсутствовали значительные колебания: динамика цен на продовольственные товары соответствует общему уровню инфляции. Рост цен на непродовольственные товары сдерживает общий рост ИПЦ. Замедление роста цен на непродовольственные товары связано с насыщением этого сегмента потребительского рынка относительно недорогими товарами и стабильностью спроса со стороны населения.

Влияние на структуру розничного товарооборота оказывает не только изменение потребительских цен, но и изменение цен со стороны товарного предложения. За 2008-2012 гг. в Республике Беларусь рост розничных цен по сравнению с ценами производителей опережал (отставал) всего лишь на 1%. Исследование влияния изменения динамики розничных цен и цен производителей отдельных пищевых продуктов свидетельствует о наличии незначительного количества отклонений от общей тенденции. Наибольшие отклонения (от отставания в 24% до опережения в 56%) наблюдаются в период с 2011 по 2012 гг. Причем если в 2011 г. по отдельным пищевым продуктам имеются как отставания, так и опережения, то в 2012 г. – цены производителей опережают розничные цены. В результате в 2012 г. в связи с опережающим ростом цен производителей происходит накопление инфляционного потенциала в производственном секторе экономики. Производственная составляющая в цене товара многократно превосходит ее торговую составляющую. Торговым организациям помимо собственной политики приходится реализовывать политику промышленных предприятий и государства, а это намного сложнее.

Структура расходов каждой конкретной семьи или человека отличается от средней по республике, применяемой в расчете ИПЦ. По данным Национального статкомитета, в 2012 г. удельный вес расходов на питание и расходов на непродовольственные товары в семьях наиболее обеспеченных и наименее обеспеченных различаются приблизительно в 1,45 раза (34,2% и 50,4%, 43,7% и 30,4% соответственно). Кроме того, в покупке отдельных продуктов питания имеется отличие в расходах социальных групп, например, рыбу, овощи, фрукты, мясо наиболее обеспеченные потребляют в около 2 раза больше на члена домашнего хозяйства, однако картофель и хлеб в одном объеме. Имеется и разница в составе пищевых веществ в потребленных продуктах питания в среднем за сутки на члена домашнего хозяйства: белков и жиров в рационе наиболее обеспеченных в 1,7 раза больше, углеводов в 1,5 раза. Кроме того, различается и качество самих расходов домашних хозяйств: менее обеспеченные слои населения основную часть расходов тратят на оплату жилищно-коммунальных услуг, на услуги транспорта, связи, на продукты питания ежедневного спроса, поэтому они более остро реагируют на повышение цен. При одинаковом весе в бюджете расходов на услуги (19,2% и 17,1%), структура их также различается. Рост цен на все эти составляющие по-разному затрагивает социальные группы.

Анализа структуры потребительских расходов в Республике Беларусь в 2013 г. свидетельствует о том, что в структуре потребления доля продуктов питания составила 39,9%, непродовольственных товаров 38,9%, оплата услуг – 18,6%, при чем в сельской местности по сравнению с городской больше приобретают продукты питания на 0,9%, алкогольных напитков – на 0,7%, непродовольственных товаров – на 2,5%, но меньше расходов на оплату услуг на 4,1%. В странах с обеспеченным населением и высоким уровнем жизни доля расходов на продукты питания, как правило, низка и составляет 10-15% от совокупных расходов домашних хозяйств, а все остальные расходы осуществляются на досуг, путешествия, коммуникации, хорошую медицину и образование, технику и одежду и т.д. По итогам 2012 г. первое место в рейтинге европейских стран по доле расходов на продукты питания, подготовленном экспертами РИА Рейтинг, занимает Люксембург, где расходы на продукты питания составляют только 8,8% ее совокупных конечных расходов на потребление. На втором месте располагается Великобритания (9,1%), далее Швейцария (9,6%). Более 50% расходов на продукты питания тратят в Украине. Российская федерация опережает Республику Беларусь с показателем 30,3% [2].

Влияние изменения цен на структуру розничного товарооборота на микроуровне оценивается также с помощью эластичности розничного товарооборота по цене, индексов цен по товарам и товарным группам.

Таким образом, цены оказывают существенное влияние на изменение структуры розничного товарооборота. Изменение соотношения продажи продовольственных и непродовольственных товаров соответствует тенденциям изменения цен на эти группы товаров. Опережение роста цен на продовольственные товары обуславливает отставание роста их индекса физического объема товарооборота. Оценка влияния изменения цен на структуру розничного товарооборота позволяет разработать мероприятия для достижения розничного товарооборота по товарным группам при изменениях цен, структуры потребления населения, что, безусловно, будет способствовать более стабильному положению и уверенности и снизит риск предпринимательской деятельности. Бесспорное влияние цен на структуру товарооборота создает условие необходимости учета фактора цен при прогнозировании товарооборота по товарам и товарным группам как на макро-, так и на микроуровне.

#### *Список использованных источников*

1. МВФ прочит белорусской экономике блеклый рост и двузначную инфляцию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.tut.by/economics/394316.html>. – Дата доступа: 8.04.2014.
2. Рейтинг стран Европы по доле расходов семей на продукты питания [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://riarating.ru/infografika/20131224/610604016.html>. – Дата доступа: 15.01.2014.

*Скуматова О.А., аспирант*

*УО «Белорусский государственный экономический университет»  
Минск (Беларусь)*

## **ОЦЕНКИ УРОВНЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Оценка уровня эффективности и качества маркетинговой деятельности предприятия необходима для комплексного, системного и регулярного исследования внешней среды предприятия и разработки рекомендаций относительно плана действий по совершенствованию маркетинговой деятельности на рынке. Как показал анализ научной литературы авторы по-разному понимают эффективность маркетинга и используют различные показатели и критерии.

М.П. Туган-Барановский, Л.В. Балабанова предлагают оценивать эффективность маркетинга по следующим направлениям: покупатель, маркетинговые интеграции, адекватность информации, стратегическая ориентация, оперативная эффективность. При этом они не определяют систему показателей оценки этих направлений и алгоритм расчета эффективности. Н.К. Мойсеева, М.В. Конышева приводят показатели маркетинговой активности по функциям (исследования рынка, ассортиментная политика, сбытовая деятельность, коммуникационная деятельность) и обобщающие показатели (прибыльности, активности стратегии). Эти ученые больше приблизились к разработке алгоритма расчета оценочного показателя эффективности маркетинга, тем не менее, не довели до практического применения (не разработаны шкалы для качественной