

ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ БЕЛАРУСИ

к.ю.н., доц. **Белоусов А.Л.**

Гродненский государственный университет им. Я.Купалы, Беларусь

В Директиве Президента Республики Беларусь №3 от 14 июня 2007 года «Экономия и бережливость – главные факторы экономической безопасности государства» констатировано, что в Беларуси до настоящего времени не создана целостная система экономии материальных ресурсов, что снижает конкурентоспособность экономики, эффективность использования всех видов топлива, энергии, сырья, материалов и оборудования. Энергоемкость валового внутреннего продукта у нас в полтора – два раза выше, чем в развитых государствах со сходными климатическими условиями и структурой экономики. Высока и материалоемкость отечественной продукции. Недостаточно полно используются вторичные ресурсы и отходы производства. На низком уровне ведется работа по вовлечению в хозяйственный оборот возобновляемых источников энергии: леса, воды, ветра, подземного тепла, солнечной энергии и других. В то же время бездумное, порой бездушное отношение к природе наносит ей невосполнимый урон, что неминуемо скажется на качестве жизни последующих поколений. Экономное расходование тепла, электроэнергии, природного газа, воды и других ресурсов не стало нормой жизни для каждой белорусской семьи, каждого человека. В директиве также было предусмотрено снижение энергоемкости валового внутреннего продукта в 2015 году не менее чем на 50 процентов к уровню 2005 года.

Проблема экономии и бережливости не является исключительно белорусской. Сходные проблемы приходится решать всем без исключения государствам, во всех отраслях экономики, в том числе и в розничной торговле. При этом многие достигли в решении эколого-экономических проблем существенного прогресса. В последнее десятилетие в Польше, как и в других странах ЕС, приоритетной стратегией устойчивого развития розничной торговли является проэкологическая стратегия.

Субъекты розничной торговли Польши в большинстве своем осознали преимущества проэкологической стратегии и поведения на рынке, что проявляется в целенаправленном ограничении негативного воздействия деятельности торговых объектов на окружающую среду и сохранении естественных богатств, путем сознательного и ответственного их использования. При этом особое внимание уделяется снижению эмиссии в атмосферу вредной двуокиси углерода.

Реализация проэкологической концепции развития розничной торговли Польши находит свое выражение в проведении соответствующих организационно-технологических и маркетинговых мероприятий.

К группе организационно-технологических мероприятий, осуществляемых субъектами розничной торговли в рамках реализации проэкологической стратегии, в первую очередь относятся:

- строительство экологических энергосберегающих торговых объектов и реконструкция уже существующих (эко-магазинов);
- широкое использование возобновляемых источников энергии ветра, солнца и недр земли;
- применение в торгово-технологическом процессе энергосберегающего оборудования (лампы Т8 ЕСО, банеты с энергосберегающими защитными стеклянными покрытиями, датчики движения и т.д.);
- организация эко-пунктов для сбора пришедших в непригодность бытовой техники, аккумуляторов, тонеров для принтеров, электрических ламп, а также макулатуры, стеклянной и пластиковой упаковки.

Проэкологические маркетинговые мероприятия субъектов розничной торговли включают в себя

- стимулирование продажи продовольственных и непродовольственных товаров проэкологического ассортимента (энергосберегающих ламп, ВЮ-авторучек, органических шампуней, кастрюль с энергосберегающими устройствами, игрушек из дерева и др.);
- использование многоразовой эко-упаковки;
- формирование экологической позиции клиентов (издание и распространение информационных материалов, проведение социальных рекламных компаний, проэкологическая пропаганда и т.д.).

Вывод:

1. Для эффективной реализации Директивы Президента Республики Беларусь №3 от 14 июня 2007 года «Экономия и бережливость – главные факторы экономической безопасности государства» в розничной торговле требуются значительные инвестиции, которые сегодня отсутствуют, как у белорусского государства, так и у отечественных инвесторов. В настоящее время решить проблему экономии и бережливости в розничной торговле Беларуси могут только европейские розничные торговые сети, которые в срочном порядке необходимо приглашать для работы на белорусском рынке.

2. Большим недостатком Концепции реализации государственной политики в сфере внутренней торговли и общественного питания на 2011-2015 годы, утвержденной Приказом Министра торговли Республики Беларусь 29.12.2011 № 178 является отсутствие в ней четко выраженной экологической составляющей.