

ходимость в усовершенствовании существующей методики анализа финансового состояния предприятия путем введения дополнительных показателей, их нормативных значений.

Кроме того, чтобы нормативные значения определенных показателей не сильно различались с реально полученными в ходе анализа финансового состояния, на предприятиях рекомендуется проводить следующие мероприятия:

1. Ускорять оборачиваемость собственного капитала путем сокращения сроков производственно-коммерческого цикла, сверхнормативных остатков запасов, незавершенного производства, готовой продукции и т.д.

2. Стремиться повышать конкурентоспособность продукции за счет увеличения ее качества и снижения себестоимости путем рационального использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов, сокращения непроизводительных расходов и потерь.

3. Проводить маркетинговый анализ изучения спроса и предложения, рынков сбыта и формирования на этой основе оптимального ассортимента и структуры производства продукции, реализации товаров, работ, услуг.

4. Сокращать расходы, связанные с содержанием объектов: жилищных, социальной и культурной направленности путем передачи их в коммунальную (муниципальную) собственность.

5. Перспективными направлениями оздоровления финансового состояния предприятия также могут являться факторинг, лизинг, реинжиниринг бизнес-процессов.

*Т.Л. Саршор*

БГЭУ (Минск)

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР В СИСТЕМЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ И ПРИОРИТЕТЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ОПТОВЫХ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ РЫНКОВ**

Современная система товародвижения характеризуется участием в этом процессе множества торговых структур различного статуса и усиливающейся конкуренцией между ними. В конкурентной борьбе побеждают структуры, наиболее гибко реагирующие на спрос покупателей, стремящиеся к его максимальному удовлетворению с наименьшими издержками. Чтобы соответствовать этим объективным законам рынка, потребительской кооперации республики необходимо кардинально перестроить стратегию оптовой торговой деятельности, переориентировав ее с пассивных посреднических функций на выполнение роли активного агента рынка, способного на маркетинговой основе обеспечивать эффективное функционирование всей отрасли.

Основную проблему оптовой торговли потребительской кооперации мы видим в консерватизме ее экономического менеджмента. В рыночных условиях она не изменила своей организационной структуры, не выработала адекватных новым требованиям методов хозяйствования и выживает преимущественно за счет неосновных видов деятельности (аренда, развитие собственной розничной сети).

Решение задач, поставленных перед потребительской кооперацией Правительством Республики Беларусь, требует не единичных мер, а существенной перестройки системы коммерческой деятельности с ориентацией на современные методы ее организации, выработанные зарубежной наукой и практикой, а также на учет местных особенностей.

Опыт многих государств показал, что оптимальным вариантом организации оптовой торговли потребительскими товарами в регионе являются оптовые продовольственные рынки. Они наиболее эффективно обеспечивают взаимосвязь интересов производителей и потребителей товаров через рыночные механизмы регулирования товародвижения и цен.

Целью создания региональных оптовых продовольственных рынков является формирование эффективного рыночного механизма регулирования хозяйственных взаимоотношений между производителями (поставщиками) товара и оптовыми потребителями (покупателями), а также решение стратегической задачи обеспечения продовольственной безопасности региона.

Для претворения в жизнь государственной концепции развития оптовой торговли требуется наличие двух обстоятельств:

- 1) реальных организаторов и координаторов этого процесса;
- 2) инвестиционных ресурсов.

Инициаторами организации региональных оптовых продовольственных рынков, на наш взгляд, должны выступать местные органы власти и потребительская кооперация. Местные органы власти обязаны обеспечивать продовольственную безопасность своего региона, подъем экономики производителей сельскохозяйственной продукции, перерабатывающих предприятий, повышение благосостояния населения, а потребительской кооперации это необходимо для обеспечения роста оптового товарооборота, снижения издержек обращения, эффективности деятельности системы в целом.

Региональные оптовые продовольственные рынки целесообразно создавать в виде акционерных обществ с контрольным пакетом акций в руках государства. Это позволит местным органам власти выстраивать экономическую политику, направленную не на рост дивидендов акционеров, а на защиту интересов участников рынка и обеспечение продовольственной безопасности региона. Акционерами могут выступать: потребительская кооперация, другие оптовые торговые организации, производители продуктов питания, индивидуальные предприниматели, заинтересованные в деятельности оптового продовольственного рынка и развитии его материально-технической базы. Потребкооперация может дополнительно привлечь в качестве инвестиционных ресурсов взносы пайщиков.

Специфичность оптового продовольственного рынка состоит в том, что его деятельность не должна быть сориентирована на получение большой прибыли, так как приоритетом является выполнение социальной функции обеспечения интересов местного городского и сельского населения.

Мы рассматриваем организацию оптовых продовольственных рынков как главную стратегическую задачу потребительской кооперации в составе программы ее развития.

Большое разнообразие оптовых продавцов на региональном рынке позволяет товаропроизводителям выбирать наиболее выгодный канал продвижения своей продукции. Вместе с тем их соединение в структуре оптового продовольственного рынка и здоровая конкуренция вытеснят с рынка многочисленных посредников. Залогом этого послужат предоставляемые оптовым продовольственным рынком своим участникам преимущества прямых связей и высокого уровня обслуживания процессов купли-продажи.

В рамках оптовых продовольственных рынков процесс поступления в обращение товаров соответствует процессу потребления, что приносит существенный ресурсосберегающий эффект. Обеспечивается экономия на общесистемных затратах в сферах производства, распределения и потребления продукции.

Мы считаем, что создание и функционирование региональных оптовых продовольственных рынков принесет реальный социальный и экономический эффект всем его участникам: производителям товаров, оптовым продавцам, потребителям и местным органам государственной власти.

**М.А. Слонимская**

БГЭУ (Минск)

## **НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕТОДИКИ РАЗРАБОТКИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОГРАММ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Региональная программа развития малого предпринимательства — это средство, с помощью которого местные органы управления могут обеспечить развитие малого предпринимательства в регионе в направлении повышения его конкурентоспособности, решения приоритетных социально-экономических задач и максимального использования местного потенциала.

Для того чтобы отвечать своему назначению, программа должна быть построена с учетом следующих *принципов*: целостности, дифференцированного подхода, контролируемости и обратной связи.