

Анализ данных табл.2 позволяет сделать следующие выводы.

Для принятых исходных данных наибольшее влияние на значения критерия эффективности оказывает стоимость реализации антикризисных мер V_i . Вторым по значимости фактором эффективности является достигнутая величина СПК_і, то есть результативность экстренных мер в отношении достижения их цели - снижения $У_1$, особенно при высокой стоимости реализуемых мер.

Цена заимствования ресурсов α_i уступает по значимости влияния на критерий эффективности двум другим показателям - V_i и СПК_і.

Полученный результат свидетельствует о необходимости более тщательной дифференциации располагаемых экстренных антикризисных мер по их результативности и стоимости. Если стоимость V_i минимизирована, а высокая результативность СПК_і гарантирована, положительный эффект может быть обеспечен независимо от источника и условий финансирования экстренных антикризисных мер на предприятии.

*Валевич Р.П.
БГЭУ (Минск)*

КОНКУРЕНТНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ: ОЦЕНКА ВОЗМОЖНОСТЕЙ ЕГО ВВЕДЕНИЯ В ПРАКТИКУ ТОРГОВЛИ

Реализация политики постепенного перехода от жесткого государственного регулирования цен, методов их формирования и изменения к свободному ценообразованию, начавшаяся в Республике Беларусь в последнее время, поставила перед отраслями национальной экономики, субъектами хозяйствования достаточно непростую задачу - подготовиться к работе в новых условиях конкурентного ценообразования. Особую актуальность эта проблема представляет для торговой отрасли. За более чем десятилетний период в торговой отрасли практически сформировалась конкурентная среда. На рынке торговых услуг активно работают пять конкурентных сил. Их доля в общем объеме розничного товарооборота сложилась в 2002 г. следующим образом: городская стационарная сеть, сеть потребкооперации, сеть фирменных магазинов, сеть электронной торговли, индивидуальных предпринимателей, осуществляющих торговлю на вещевых, смешанных и продовольственных рынках и в специально оборудованных помещениях. Причем доля последних в общих объемах продаж потребительских товаров постоянно растет. Только за период с 2000 по 2002 год она увеличилась на 8,1 пункта.

Выбор покупателей в пользу приобретения товаров на вещевых и сельскохозяйственных рынках обусловлен более низкими ценами на товары и их разнообразием. В конкурентной борьбе с организованной сетью они широко используют весь спектр ценовых инструментов (высокие, низкие, дифференцированные цены, скидки, и т.п.). Конечно, более низкими уровнем цен на рынках во многом обусловлен более низкими издержками обращения и качеством торговых услуг, отсутствием затрат социального характера. В

тоже время стационарная торговая сеть испытывает большие финансовые трудности. Уровень рентабельности затрат в торговой отрасли в 2002 г. составил 6,12 %, что недостаточно в условиях сложившейся инфляции не только для расширенного воспроизводства, но даже и для простого. Во многом это результат и принятой политики в области государственного регулирования цен на потребительские товары. Как известно, в последние годы в Республике Беларусь использовалась целая система методов государственного регулирования цен:

- установление предельных индексов изменения отпускных цен (тарифов) на товары, производимые в республике. При невозможности их соблюдения предприятия обязаны регистрировать цены на производимые товары или услуги в органах ценообразования или вышестоящих органах;
- определение предельных отпускных цен на перечень социально значимых товаров;
- обязательное обоснование цен отечественными предприятиями на производимую продукцию и импортируемые товары со стороны затрат, прибыли, налогов;
- установление фиксированных цен на продукцию базовых отраслей экономики, услуг естественных монополий;
- ограничение уровня рентабельности в ценах на социально значимые товары, продукцию предприятий, занимающих доминирующее положение на рынке;
- ограничение размеров оптовых и розничных торговых надбавок;
- декларирование цен на продукцию предприятий, занимающих доминирующее положение на рынке;
- контроль за соблюдением ценообразования и некоторые другие.

Анализ динамики государственного регулирования цен в Республике Беларусь показывает, что проводимая антимонопольная и ценовая политика все дальше и дальше отделяется от рыночной. Законодательная и исполнительная власти послушно идут на поводу экономических интересов монопольного производителя (повышение цен, снижение производства в натуральном выражении, качества продукции, сужение ассортимента), которые являются экономическими разрушителями. В сложных условиях переходной экономики государственная политика часто ориентировалась на решение сиюминутных проблем, что затем оборачивалось отрицательными последствиями. И не случайно появилась трудно разрешимая проблема роста запасов нереализованной продукции как у производителей, так и у торговли.

Конечно, ради справедливости следует отметить, что с помощью вышеперечисленных методов удалось снизить темпы роста индексов цен потребительского рынка. За период с 1995 года по 2002 год они снизились по всей номенклатуре товаров с 3,2 до 1,2 раза (разрешенный коридор), что привело, учитывая невысокую покупательскую способность населения, к оживлению покупок по тем группам товаров, где наблюдался неудовлетворенный спрос (рыба, масло растительное и др.). В тоже время по таким группам товаров как овощи, яйцо, масло животное уменьшение темпов

роста цен не привело к росту объема продаж. К тому же средние размеры цен по ряду важнейших товаров народного потребления росли куда более высокими темпами и даже обогнали по некоторым позициям цены, сложившиеся в соседних странах. Такая тенденция проявилась на рынке масла растительного, животного, риса шлифованного, овощей и др. товаров. Если сравнить цены России и Белоруссии, то, например, средняя цена российской говядины в ассортименте в 2001 году составляла в пересчете на белорусскую денежную валюту 4258 рублей, импортной - 5600 рублей, а белорусской - около 7000 рублей. Такая разбежка в ценах не позволяет на равных конкурировать с другими продавцами не только на рынке соседних стран, но и на внутреннем рынке Республики Беларусь. И не случайно (несмотря на принятые меры ограничительного характера) доля российских товаров в общем объеме товарооборота возрастает.

Жизнь требует пересмотра механизма ценообразования и создания такого, который позволит на равных конкурировать белорусским и зарубежным товарам, субъектам хозяйствования разных форм собственности и подчиненности. Важность ценообразования и, прежде всего, конкурентного достаточно долго недооценивалась. Однако изменившиеся условия (конкурентная среда, финансовая напряженность, рост запасов, положительный опыт рыночного ценообразования в соседних странах) говорят о том, что к этому процессу пора подойти с рыночных позиций. Укреплению финансового положения торговых субъектов хозяйствования, как в прочем субъектов и других отраслей, будет содействовать такая ситуация, при которой ценообразование становится неотъемлемой частью стратегии поведения предприятия на рынке. В рыночных условиях, особенно тогда, когда организации (фирмы) пока не имеют общепризнанного имени, их коммерческий успех во многом зависит от избранной ценовой политики. При свободном ценообразовании любой субъект свободно выбирает ценовую политику, которая приведет к росту объемов реализации и прибыли, и эту свободу должно поддерживать государство. В торговой отрасли сложилась практика жесткого государственного регулирования размера торговых надбавок в целях ограничения роста потребительских цен. В результате многие торговые организации стали убыточными, а абсолютное их большинство применяет разрешенный размер торговой надбавки. Ценовая политика, отражающая суть конкурентного ценообразования любой организации, заключается в обосновании системы дифференцированных цен, а для торговых дифференцированных уровней торговых надбавок на реализуемые товары и в разработке мероприятий по обеспечению оперативной их корректировки в зависимости от изменения ситуации на потребительском рынке и условий хозяйствования. Применение дифференцированных торговых надбавок будет способствовать росту объемов реализации и прибыли. Ценовая политика не может ориентироваться только на снижение цен, по ряду товаров цены могут возрастать, если это позволяет конъюнктура рынка. Мировой опыт показывает, что в основе формирования ценовой политики может лежать дифференцированное, унифицированное ценообразование, формирование

ценовых рядов и зон, уценка. Скорее назначение ценовой политики состоит в создании таких условий, при которых торговой организации удастся оптимизировать ассортимент, цены, затраты, прибыль. Переход к конкурентному ценообразованию потребует отмены предельных уровней торговых надбавок, уточнение системы налогообложения, воли руководства к познанию специфики рыночного конкурентного ценообразования, пересмотра практики работы с ценами в организациях. Ведь обоснованность ценовой политики во многом обусловлена качеством анализа спроса, продаж, затрат, прибыли, конкуренции. Никаких препятствий для внедрения в практику торговли конкурентного ценообразования в Республике Беларусь нет, поскольку оптимальное сочетание всех ценовых инструментов (низкие, высокие, единые, рыночные, дифференцированные цены, скидки, надбавки, купоны) и системы ограничений не ухудшает качество жизни населения, а способствует ослаблению финансовой напряженности.

*Верезубова Т., Куль Т.
БГЭУ (Минск)*

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СТРАХОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ АУТОПЕРЕВОЗЧИКА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В условиях роста рынка автотранспортных услуг все большее число автоперевозчиков при осуществлении своей деятельности нуждаются в страховой защите. Это связано с возросшей ответственностью автоперевозчиков за вред, который они могут причинить третьим лицам при эксплуатации своих транспортных средств, владельцам грузов при утрате или повреждении грузов в результате наступления стихийных бедствий и несчастных случаев, а также таможенными органами при осуществлении международных автоперевозок с использованием книжек МДП из-за недоплат таможенных платежей.

Страхование ответственности автоперевозчика является новым направлением развития рынка страховых услуг. Необходимость в данных видах страхования возникает у субъектов хозяйствования только при наличии хорошо отработанной законодательной базы как на национальном, так и на межгосударственном уровне, регулирующей отношения ответственности при осуществлении автоперевозок грузов и пассажиров. Многие международные конвенции требуют обязательного заключения договоров страхования ответственности автоперевозчика за перевозимый груз (Конвенция КДПГ), перед таможенными органами (Конвенция МДП), перед третьими лицами за вред, нанесенный транспортным средством (Конвенция «Зеленая карта»), и другие.

Отечественные автоперевозчики столкнулись с необходимостью иметь полисы страхования ответственности только при выходе на внешнеэкономический рынок. Поэтому страховщики Республики Беларусь стали предлагать данные виды страхования только в 90-х годах прошлого века и