

7. Устранить основные недостатки нормативно-правовой базы: уменьшить объем подзаконных нормативных актов; отменить необоснованное дублирование правовых норм в актах одного уровня; упростить процедуру перепрофилирования торгового объекта; отменить квотирование товаров либо скорректировать квоты в сторону уменьшения.

Т.Л. Саршор, соискатель

БГЭУ (Минск)

ОЦЕНКА ВОЗДЕЙСТВИЯ ФАКТОРОВ МАКРОСРЕДЫ НА РАЗВИТИЕ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ БЕЛАРУСИ

Оптовая торговля потребкооперации в настоящее время потеряла свое доминирующее положение на потребительском рынке товаров в сельских регионах республики. Длительный период функционирования без конкуренции не способствовал формированию эффективной экономической, маркетинговой, коммерческой стратегии. Общей тенденцией в деятельности оптовых межрайбаз Белкоопсоюза в последние годы стали отказ от выполнения основной их миссии — бесперебойного снабжения сельской розничной сети необходимым ассортиментом потребительских товаров и переориентация управленческой инициативы на более легкие способы обеспечения жизнедеятельности. Так, с 2001 по 2004 г. на 85,4 % возросла площадь сдаваемых в аренду складских помещений. Их удельный вес в общей торговой площади по отдельным межрайбазам составляет от 35 до 50 % (Минская, Чашникская, Пинская и др.).

Оптовые базы потребительской кооперации постепенно уступают конкурентам перспективные позиции на рынке продовольственных товаров, особенно в районных центрах.

Руководство отрасли видит причины экономического кризиса главным образом в воздействии внешних факторов. Такая позиция отражает пассивную ориентацию менеджмента, не способствующую мобилизации собственного потенциала для выхода из кризисного состояния и роста эффективности хозяйствования.

Многие из внешних факторов были отражены в аналитической части Программы совершенствования деятельности потребительской кооперации на 2005—2010 годы, утвержденной Правительством Республики Беларусь. В ней в качестве основных причин снижения объемов торговой деятельности выдвинуто значительное

сокращение с 1990 по 2003 г. численности сельского населения (на 17,2 %) и появление в крупных населенных пунктах, находящихся в зоне деятельности потребительской кооперации, большого числа индивидуальных предпринимателей (80 тыс. чел.), объем розничного товарооборота которых за 2003 г. составил по разным оценкам от 1100 до 2300 млрд р. В то же время в огромной торговой сети потребкооперации он составляет не более 1541 млрд р. С 1990 г. падали реальные доходы населения, что также существенно отразилось на сокращении потребительского спроса.

Перспективу развития оптовой торговли следует, однако, видеть не в соперничестве на рынке с частным торговым сектором, а в вовлечении его в сферу интересов потребительской кооперации. Варианты взаимовыгодного сотрудничества с малым и средним частным бизнесом многообразны. Ими могут быть: разукрупнение объемов поставок; выдача в пользование тары; расфасовка, упаковка, хранение товара; транспортировка, доставка; предоставление информации о спросе, предложении, ценах, условиях продажи, местонахождении потребителей и т.п. На этой основе неиспользуемые в настоящее время мощности оптовых межрайбаз должны быть включены в доходную деятельность.

В таком же аспекте следует рассматривать возможности вовлечения в коммерческий оборот продукции домашних хозяйств, резервы которого значительны.

К внешним факторам воздействия на результаты деятельности оптовой торговли потребительской кооперации следует отнести и усиление внешней конкуренции, которая в результате открытости белорусской экономики расширилась до мировых масштабов. Потребкооперация республики имеет отрицательный внешнеторговый баланс и негативные тенденции его развития, что наносит ущерб не только системе, но и обществу в целом и нуждается в кардинальной корректировке.

Высокие темпы инфляции «вымыли» оборотные средства оптовых торговых организаций, которые начали восстанавливаться только в 2003 г., составив всего 6 % необходимой суммы. Привлечение банковских кредитов под высокие проценты для обеспечения товарооборота не способствовали прибыльной работе. С 2003 г. темпы инфляции, а также банковские проценты ощутимо снижаются. Поэтому негативное воздействие на экономику потребительской кооперации данного внешнего фактора постепенно сокращается.

Подытожив изложенное, можно заключить, что в принципе оценку влияния макроокружения на деятельность предприятий оптовой торговли потребкооперации можно свести к учету семи главных факторов (см. таблицу).

Фактор	Динамика	
	положительная	отрицательная
1. Численность обслуживаемого населения		*
2. Уровень доходов населения	*	
3. Конкуренты		*
4. Инфляция	*	
5. Процентная ставка банковского кредита	*	
6. Технический прогресс	*	
7. Налоговая нагрузка		*

Усиление воздействия внешних факторов на деятельность хозяйствующих субъектов является объективным явлением рыночной экономики. Искусство управления состоит в умении предвидеть их характер и динамику, спрогнозировать и рассчитать риски, предусмотреть меры по их минимизации. Стратегическое бизнес-планирование в оптовой торговле потребительской кооперации должно найти свое место в системе менеджмента отрасли.

А.В. Василевич, зам. генерального директора

ПО «Беларуськалий» (Солигорск);

И.А. Еловой, д-р экон. наук, профессор,

М.М. Колос, ассистент

БелГУТ (Гомель)

ФОРМИРОВАНИЕ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ ТАРИФОВ НА ПЕРЕВОЗКУ КАЛИЙНЫХ УДОБРЕНИЙ

Железнодорожные тарифы на перевозки продукции РУП «ПО «Беларуськалий» в направлении иностранных портов перевалки базируются на «Тарифной политике железных дорог государств — участников СНГ на перевозки грузов в международном сообществе». Тарифная политика является международным договором межведомственного характера и действует в рамках Тарифного соглашения железнодорожных администраций государств — участников СНГ от 17 февраля 1993 г.

Ставки тарифной политики установлены на базе Международного железнодорожного транзитного тарифа (МТТ) и Единого транзитного тарифа (ЕТТ). Валютой тарифа является швейцарский франк.