

Внутренние (контролируемые фирмой) факторы маркетинговой среды:

Размер фирмы, ее финансовые возможности: чем большим объемом ресурсов обладает фирма, тем более высокую степень интернационализации она может себе позволить. Поэтому малые фирмы с незначительными ресурсами чаще других занимают экспортными операциями, которые дают быструю отдачу. Средние могут использовать зарубежное контрактное производство и СП, а крупные – прямое инвестирование.

Продукция фирм: как фактор микросреды, она также влияет на выбор способа выхода на целевой рынок. Особенности ее производства (например, товар или услуга), сбыта и эксплуатации не позволяют использовать все без исключения способы проникновения на зарубежные рынки. Такие характеристики, как соотношение стоимости и веса, срок годности, состав компонентов в значительной мере определяют место производства товара.

Фирмы сферы услуг для расширения своей клиентуры за счет зарубежных потребителей обычно выбирают контрактный способ проникновения. А реализация технически сложных товаров связана с необходимостью до- и послепродажного обслуживания, которое не всегда возможно в чужой стране. Тогда компания создает там собственные сервисные бизнес-единицы.

Опыт работы на международном рынке. Он позволяет фирме переходить от одной стадии интернационализации к другой, более высокой. Например, фирма не может свой первый выход на зарубежный рынок осуществить созданием собственного производства в чужой стране. Из практики известно, что все такие попытки заканчиваются, как правило, провалом. Даже экспортные операции часто начинают с простейшего – с косвенного экспорта.

*Воробьев С. В., Воробьева А. А., БГСХА (Горки)*

## **КООПЕРАТИВЫ КАК ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ СБЫТА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ**

Развитие рыночной инфраструктуры и, прежде всего, формирование эффективной системы каналов товародвижения сельскохозяйственной продукции является одним из наиболее актуальных вопросов реформирования АПК Беларуси. В условиях переходной экономики сельскохозяйственные товаропроизводители вынуждены самостоятельно заниматься реализацией своей продукции. При этом в мелкотоварных хозяйствах организовывать сбыт самим производителям значительно труднее, чем в крупных сельскохозяйственных предприятиях. Исходя из опыта стран с рыночной экономикой, решение проблемы реализации продукции фермерских и личных подсобных хозяйств (ЛПХ) следует искать в организации крестьянских сбытовых кооперативов.

Сбытовые кооперативы как вариант взаимодействия субъектов хозяйствования имеют ряд преимуществ:

– позволяют снизить издержки участников кооператива, связанные с хранением и реализацией продукции, транспортные и накладные расходы и повысить производительность за счет специализации;

– обеспечивают защиту членов кооператива от проявлений монополистической политики со стороны других сбытовых структур, а также от какого-либо внешнего вмешательства в их деятельность;

– дают возможность заниматься такими видами хозяйственной деятельности, которыми многие сельскохозяйственные товаропроизводители не могут заниматься самостоятельно.

В США, Японии и большинстве европейских стран сельскохозяйственные сбытовые кооперативы играют существенную роль в системе агропродовольственных рынков. Кооперативы создаются фермерами для обеспечения своих экономических интересов.

Широкое распространение сбытовые кооперативы получили и в России. Наиболее успешно они развиваются в тех регионах, где встречают поддержку местных администраций (выделение беспроцентных ссуд, освобождение от уплаты налогов и взносов в областной бюджет и территориальные фонды). В сбытовом кооперативе осуществляется объединение отдельных сторон экономической деятельности товаропроизводителей, не утрачивающих при этом своей хозяйственной самостоятельности. Членами кооперативов могут быть как физические, так и юридические лица.

Возможность совместного сбыта произведенной продукции позволяет извлечь выгоду каждому члену кооператива. Так, участие в кооперативе мелких сельскохозяйственных товаропроизводителей освобождает их от необходимости создания своей собственной сбытовой сети, а перерабатывающие предприятия, входящие в кооператив, решают проблему сырьевого снабжения и эффективного использования производственных мощностей.

Основу взаимоотношений сбытовых кооперативов с хозяйствами составляют контракты на выполнение специализированных работ, связанных со сбытом продукции: хранением, сортировкой, переработкой продукции, изучением рынка, рекламой, выбором наиболее перспективных потребителей, реализацией продукции.

В Беларуси кооперация крестьянских и личных подсобных хозяйств населения до сих пор не получила существенного развития. По сути, отсутствует законодательное оформление организации и деятельности сбытовых кооперативов, недостаточен уровень государственной поддержки кооперативного движения, особенно мелких сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Для активизации процесса кооперации крестьянских и личных подсобных хозяйств населения необходимо: совершенствование законодательной базы, предусматривающее принятие соответствующих правовых актов, четко определяющих статус и сферу деятельности кооперативов, созданных фермерскими и личными подсобными хозяйствами; разработка типовых форм контрактов для оформления взаимоотношений между кооперативами и его участниками; оказание республиканскими и местными органами управления финансовой, организационно-технической, информационной поддержки сбытовым кооперативам с учетом эффективности их деятельности; привлечение к участию в сбытовых кооперативах предприятий сфер переработки, заготовки и хранения сельскохозяйственной продукции.

*Вуколова Т. И., Хотина С. К., БГЭУ (Минск)*

## **УПРАВЛЕНИЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕМ БАНКОВ**

Обеспечение устойчивого экономического роста республики Беларусь тесно связано с укреплением национальной валюты, снижением темпов инфляции и девальвации, удовлетворением потребностей страны в доступных кредитах банков, устойчивой работой банковской и платежной систем. Решение этих задач предполагает проведение взвешенной налоговой политики, направленной как на достижение общеэкономических целей, так и на регулирование рынка банковских услуг, его развития и степени значимости в финансовой системе государства.

Разрозненность теоретической базы налогообложения, множественность трактовок принципов финансовых отношений государства и банковского сектора по поводу