

товаров, повышают культуру торгового обслуживания, реализуют маркетинговый подход при разработке стратегии управления товарооборотом.

Реализация комплекса мер по снижению себестоимости выпускаемой продукции, формирование ассортимента товаров на основе организации маркетинговых исследований рынка, внедрения новых технологий с использованием современных видов сырья и материалов позволит отечественным товаропроизводителям на равных конкурировать с поставщиками импортных товаров и будет способствовать росту товарооборота.

Изучение практики регулирования цен в республике показывает что проводимая ценовая политика не в полной мере соответствует требованиям рыночной экономики.

Сложным остается финансовое положение торговых организаций. Некоторые из них не имеют финансовых ресурсов для обновления основных фондов, пополнения собственных оборотных средств, что также ограничивает возможности роста розничного товарооборота.

Торговля относится к трудоемким отраслям, а на трудоемкие отрасли приходится наибольшая налоговая нагрузка по сравнению с материалоемкими отраслями. Поэтому снижение налоговой нагрузки за счет трансформации налогооблагаемой базы и уменьшение неналоговых платежей является стимулом развития розничного товарооборота.

*Данильченко А. В., БГУ (Минск)*

## **ЦЕНТРАЛИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В МАТЕРИНСКОЙ КОМПАНИИ**

При переносе деловой активности путем создания институциональных единиц за рубежом возникают специфические взаимоотношения между материнской компанией и заграничной дочерней фирмой. Головная компания стремится проводить единую предпринимательскую политику и в зарубежных филиалах, но объективна и обратная тенденция - желание заграничной дочерней фирмы осуществлять собственную политику по приспособлению к местным условиям ведения бизнеса.

К факторам, усиливающим тенденцию к децентрализации принятия решений, относятся: географическая удаленность между материнской компанией и заграничной фирмой; культурные и национальные различия между странами; степень «чужеродности» политико-предпринимательской среды и динамичность рыночных условий страны; «оглядка» на правительство и общественность гостевой страны.

Степень централизации принятия управленческих решений материнской компанией тем выше, чем больше размеры международной компании; чем меньше дочерняя компания ограничена в разработке местного рынка; чем выше квота материнской компании в уставном капитале дочернего общества; чем выше производственно-технологическая зависимость заграничной фирмы от материнской компании; чем больше значение стандартизированных продуктов.

В зависимости от значения тех или иных факторов для международной компании устанавливается динамичное равновесие между автономией и централизацией. Но следует учитывать область принятия решений.