

РАЗДЕЛ 1. ИТОГИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ

Р.П. Валевиц, доцент
Белорусский государственный экономический университет

Особенности реформирования и роль предприятий торговли в стабилизации экономики Республики Беларусь

Реформированию торговли подверглась в большей степени чем другие отрасли страны, несмотря на то что этот процесс начался у нее несколько позднее. За шестилетний период торговля медленно, но верно стала поворачиваться от системы административно-командного управления к рыночным отношениям. Этот процесс следует признать не только необходимым, но и реально соответствующим сути торгового дела. В ходе реформ удалось ликвидировать монополизм торгов, трестов, создать условия для самостоятельного функционирования выделившихся из их состава торговых предприятий на условиях самокупаемости, самофинансирования и самоуправления. С 1993 года наряду с разгосударствлением в процесс реформ более активно вступила приватизация. По состоянию на начало 1998 года каждое четвертое предприятие приватизировано, и их доля в общем объеме реализации товаров составляет около 55 %. Более высокие показатели деятельности приватизированных предприятий торговли по сравнению с государственными свидетельствуют о верности избранных направлений приватизации.

Но в 1997 году процесс реформ начал пробуксовывать. Появились тревожные симптомы свидетельствующие о наличии проблем в самой приватизации и работе приватизированных предприятий. Основные проблемы сводятся к следующим:

- снизились темпы приватизации;
- предприятия выставаемые для продажи на аукционах не продаются;
- в некоторых хорошо работающих объединениях трудовые коллективы отказываются от приватизации;
- все активнее стали меняться и неоднократно собственники у уже приватизированных предприятий;
- ряд приватизированных предприятий ищут возможности возврата "под крыло" государственной собственности;
- эффективность работы приватизированных объектов торговли низкая, хотя и выше чем государственных.

Возникшая ситуация во многом обусловлена распространением на торговлю накопленного опыта приватизации предприятий других отраслей, без должного учета особенностей торговли; кажущейся простотой осуществления процесса малой приватизации в торговле других стран. Особенности торговой деятельности, которые должны быть учтены в процессе совершенствования приватизации определяются следующими моментами:

- торговля и сфера услуг в силу специфики своей деятельности связана и с производителем и с конечным потребителем изготовленного товара;
- вся розничная сеть и общественное питание находятся в коммунальной собственности, а не государственной;

параллельно с разгосударствлением и приватизацией идет становление новой организационной структуры управления (практически до сегодняшнего дня многие структуры не получили даже окончательного названия).

Так, например, бывшее управление торговли Мингорисполкома стало называться управлением потребительских рынков, в то же время в областях сохранились старые названия, не единожды менялись названия управлений в самом Министерстве торговли);

пока еще не разграничены функции между разными уровнями иерархии управления;

состав имущества торговых предприятий представлен главным образом оборотными средствами (до 80 %), которые с большой натяжкой могут стать объектами приватизации;

большинство предприятий торговли расположены в арендованных помещениях, которые не подлежат приватизации. В результате приватизация без покупки помещений стала ловушкой на пути к росту их рентабельности;

в торговой отрасли преобладают небольшие торговые предприятия с небольшим числом работников (на одно предприятие приходится в среднем 12 человек);

простая передача розничной торговли из государственной собственности в коммунальную принесла дополнительные проблемы. Этот шаг нельзя назвать обдуманным. Поскольку такая "смена" собственника не позволяет осуществить единую торговую рыночную политику на территории республики. Сегодня практически каждый район разрабатывает свою программу приватизации, которая часто идет в разрез с общей и приводит к разному пониманию процесса и способов приватизации.

Оценка итогов приватизации и эффективности работы приватизированных предприятий показывает, что требуется доработка законодательных актов в части более детального учета особенностей функционирования торговли и необходимости устранения выявленных противоречий снижающих результаты работы приватизированных предприятий и главное не позволяющих в полной мере реализовать роль торговли в стабилизации экономики страны.

Об этом свидетельствует хотя бы такой серьезный факт, как наличие на складах торговых и промышленных предприятий значительного количества непроданных товаров. Запасы товаров в предприятиях производящих товары народного потребления составили по состоянию на 1.10.1997 года 6,4 % к объему деятельности, а в торговле — 8,6 % к объему продаж. И не случайно при росте объемов производства товаров народного потребления за 9 месяцев текущего года в сравнении с прошлым периодом на 23,4 %, их продажа через официально учитываемую торговую сеть выросла только на 15,4 %. Велика задолженность торговли поставщикам за поставленные товары, при этом более 10 % это просроченная задолженность. О проблемах взаимодействия торговли и промышленности свидетельствует и тот факт, что доля покупок товаров населением на неорганизованном рынке не снижается, а остается стабильной и составляет более 20 %, а по отдельным хозяйственным товарам, СМС, инструментам, обуви до 48 %.

Многие проблемы товарных рынков носят искусственный характер и порождены наследием прошлого опыта и несогласованностью действий разных органов управления. Особенно это наглядно прослеживается на

примере обеспечения внутреннего рынка отечественными товарами. Как известно, сегодня отечественные производители заинтересованы в большей степени работать на внешнем рынке чем на внутреннем. Это и большие объемы продаж, и более высокие цены, и поддержка правительства. Чтобы как-то обеспечить рынок товарами, государству пришлось вмешаться. В этих целях в систему целевых показателей в 1997 г. были введены задания для промышленности по поставке товаров для внутреннего рынка (квоты), а для торговли — задания по наличию в структуре товарных ресурсов товаров отечественного производства в объеме не менее 75 %.

Квоты поставки товаров на внутренний рынок определялись с учетом возможностей производителей, потребностей рынка, достигнутым объемом продаж.

Поскольку в 1997 году возникли трудности с обеспечением квот, на 1998 год квоты уже согласовывались с отраслевыми Министерствами, ведомствами, концернами и конкретными предприятиями. Кроме того для г. Минска по продуктам питания выделены специальные ресурсы товаров в виде государственного заказа. А задание по доле товаров отечественного производства в объеме розничной продажи на 1998 год рассчитано в размере 82,8 %, в том числе продовольственных — до 87 %, непродовольственных до 77 %.

Квоты на поставки товаров для нужд внутреннего рынка хотя и определяются под потребность торговли, но в первую очередь для нужд государственных предприятий, негосударственным же (приватизированным) остаются крохи на невыгодных условиях поставки и оплаты. Но даже эти квоты не всегда выполнялись в полной мере. Только предприятия Беллепрома недопоставили торговле 50 % товаров от предусмотренных годовых объемов. Недопоставлено на внутренний рынок по сравнению с согласованными объемами значительное количество мяса, мясопродуктов, муки, макаронных изделий, мыла хозяйственного и туалетного, курток для взрослых и детей, пальто и плащей из смесовых тканей, товаров для новорожденных и детей ясельного возраста, сезонной обуви для детей, чулочно-носочных изделий для взрослых и детей, холодильников, стиральных машин и других изделий.

Наличие неудовлетворенного спроса способствовало росту сбережений во вкладах и ценных бумагах, покупок валюты. На эти цели население израсходовало за анализируемый период 13,9 % денежных доходов, что соответствует 19,5 % объема реализации товаров.

Кроме того, квоты устанавливаются только в объемных показателях, а не в развернутом ассортименте, что приводит к поставке в одно торговое предприятие большого количества товаров одного наименования без дифференциации его по цветам, размерам, ростам и т. п. Качество поставляемых товаров часто не отвечает предъявляемым к ним требованиям.

Почти все промышленные предприятия, и приватизируемые, и неприватизируемые, не хотят работать с “мелким” покупателем. Основным условием платежа за поставленный товар является предоплата или оплата с отсрочкой платежа на 3 банковских дня. Оплата по факту реализации почти не применяется, как не применяются и различные ценовые скидки, широко используемые зарубежными партнерами. И, если предприятиям торговли и промышленности не удастся договориться, то арбитром для них

выступают, как и прежде, соответствующие Министерства, Эти небольшие примеры свидетельствуют, что экономическая политика в торговле, как в прочем и в других отраслях направлена не на плановое вхождение в рыночные отношения, не на плановый выход из кризиса, а на разрешение отдельных кризисных ситуаций.

В целом можно сказать, что взаимоотношения торговли и промышленности не вышли даже на дореформенный уровень, когда согласовывался развернутый ассортимент, изучался неудовлетворенный спрос, когда торговля указывала промышленности на недоработки, когда проводилась совместная разработка ассортиментной политики производства и продаж.

Возврат к прошлому в укреплении хозяйственных связей производства и торговли не принес желаемых результатов. Ориентация на возрождение централизованных планов, на достижение их любыми путями, оторванность прогнозов от реальной ситуации, реальных цен, от реального курса белорусского рубля к доллару США приводят к искажению рыночных цен, к недостаточному учету требований рынка.

В этой связи можно в чем-то согласиться с мнением специалистов Европейской экспортной службы, которая считает, что управление отраслями и предприятиями, ориентированное на достижение "целевых количественных" параметров, не отражающих рыночные цены, не может содействовать стабилизации. Важно, чтобы эти прогнозы (хорошее дело) строились на основе экономически обоснованных емкостей и конъюнктуры рынков.

Свое отрицательное воздействие на состояние рынка товаров народного потребления оказали и перекосы в государственном регулировании. Как известно, политика государства направлена на поддержку производителей. В этих целях применяются различные методы, вплоть до льготного налогообложения. В то же время меры государственного регулирования торговли постоянно ужесточаются: расширяется перечень социально значимых товаров, вводятся и постепенно снижаются размеры торговых надбавок, в целях обеспечения социальной справедливости, велики штрафные санкции, размеры процентов за кредит. И, как результат, возник перекося в ценах производителей и потребительских ценах. За анализируемый период темп роста цен производителей составил 184,1 %, а потребительских — 156,6 %. Уровень валового дохода в розничной торговле составил всего 15,8 % объема товарооборота, а уровень издержек обращения — 12,84 %, косвенных налогов — 1,8. Все это привело к снижению прибыли от реализации до 1,1 % к объему продаж. Для справки: в оптовой торговле этот показатель равен 1,7 %, а в предприятиях массового питания и того меньше — 0,4 %.

Крен на развитие фирменной торговли следует признать целесообразным, однако пока говорить о ее эффективности (за исключением отдельных предприятий типа: "Кирмаш" концерна "Белместпром", ряда магазинов фирм "Милавица", "Элема", и т. п.) пока рано. Обычно основным преимуществом таких предприятий считают применение невысокой торговой надбавки до 10 %. Но размер торговой надбавки в данном случае учитывает только расходы, связанные с содержанием трудового коллектива, все же другие расходы по реализации продукции, содержанию зданий, рекламе и др. производители берут на себя и затем распределяют их на производи-

мую продукцию, тем самым завышая цены на товары, поставляемые в другие предприятия торговли. Как свидетельствует мировой опыт, фирменная торговля предназначена, в первую очередь, для более глубокого изучения спроса населения. Отечественные же фирменные магазины в основном не изучают спрос, а созданы для получения наличных денег, которые могут быть использованы на удовлетворение экстренных хозяйственных потребностей и, в первую очередь, для выплаты зарплаты.

В деле стабилизации экономики страны и ее отраслей, предприятий, эффективной и активной продажи произведенной белорусскими производителями продукции, большая роль отводится Торговым Домам. Однако их число невелико и существенного воздействия на процесс реализации они пока не оказали. Но в дальнейшем они должны получить свое развитие, поскольку их назначение не только продвижение товаров, но и обеспечение цивилизованных расчетов между партнерами, создание предпосылок для развития торгового бизнеса.

Отсутствие в республике ресурсосберегающей политики, затратный метод хозяйствования, позволяют предприятиям не экономить затраты, связанные с производством и реализацией. Это можно проиллюстрировать следующими цифрами, характеризующими темпы роста выручки от реализации, затрат, прибыли. Так, если в целом по всем отраслям экономики они составили соответственно 2,1; 2,1; 2,3 раза, то в промышленности это соотношение сложилось так 2,2 раза; 2,1 раза, 2,8 раза, а в торговле несколько иначе, объем реализации за исследуемый период вырос в 1,91 раза, затраты на реализацию в 1,92 раза, а прибыль в 1,83 раза. Это и результат государственной политики и недостаточная работа по укреплению финансового положения и снижению затрат.

В целях устранения выявленных негативных процессов, становления рыночных отношений, развития рынка товаров народного потребления, повышения эффективности хозяйствования, улучшения финансового положения требуется:

1. Разработка новой концепции реформирования экономики, предполагающая оптимальное сочетание методов управления, обеспечивающая единый подход к управлению всеми отраслями деятельности, с дальнейшим развитием реформ, процессов реструктуризации и комплексной (от сельскохозяйственных до торговых предприятий) приватизации.

2. Постепенный переход от антикризисного государственного регулирования к антикризисному управлению, т. е. когда государство будет вмешиваться в хозяйственные процессы только через точечную коррекцию.

3. Продолжение совершенствования законодательной базы приватизации. Обеспечить полный учет специфики функционирования предприятий торговли и, прежде всего, продажу новым собственникам всего имущества, включая помещения. Можно согласиться и с предложениями некоторых специалистов о безвозмездной передаче помещений торговых залов и складов уже приватизированным предприятиям работающим на них. Оплачивая аренду по высоким ставкам они практически выкупили уже их ценой низкой рентабельности.

4. Упразднение практики продажи торговых объектов с долгами. Подготовка объекта к аукциону должна предполагать санацию таких предприятий, включая обеспечение права потенциального инвестора глубже озна-

комиться с объектом, условиями работы в данном регионе, развития бизнеса вплоть до аудиторских проверок, так как это делается в странах дальнего зарубежья.

В свою очередь органы приватизации должны практиковать оценку деловой активности будущих инвесторов и владельцев имущества.

При проведении аукционов использовать голландский опыт определения цены не продающихся объектов, с постепенным снижением ее до уровня возможной продажи.

5. Разработка концепции торговой политики в Республике Беларусь, обеспечивающая равные возможности всем субъектам хозяйствования, в покупке товарных ресурсов, развитии прямых хозяйственных связей, разрешающая использование зарубежного опыта в формировании ассортиментной ценовой и налоговой, кадровой, кредитной, финансовой политик, определяющая, разграничивающая и закрепляющая новые функции Министерства торговли и других ведомств, осуществляющих торговлю и управление торговыми процессами.

6. Изменение системы целевых и оценочных показателей работы и предприятий промышленности и торговли с ориентацией их не на объемные (достижение которых будет вытекать из целей), а на качественные итоги в соответствии с требованиями социально-ориентированной экономики рыночного типа. Отчетность об итогах работы в связи с этим должна быть сориентирована на конечный результат – реализацию произведенной продукции и ее конкурентоспособность как по ассортименту, качеству, так и по цене.

7. Продолжение практики создания Торговых Домов и фирменных магазинов с обеспечением выполнения истинной их роли, проведения целенаправленной работы по расширению рынков сбыта, закреплению на новых, созданию совместных предприятий, финансово-промышленных групп. Активное проведение в жизнь маркетинга и его разновидности мерчандайзинга, применяемого в зарубежной торговле. Маркетинговые исследования должны стать основой новых рыночных взаимоотношений продавца и покупателя на всех стадиях движения товара от производителя к конечному потребителю.

8. Принятие мер (пока не действуют в этом направлении рыночные механизмы) по обеспечению в экономике антизатратного принципа хозяйствования.

9. Сбалансированная политика в области экспортно-импортных товарных потоков.

10. Распространение всех мер государственной и иной поддержки малого бизнеса и предпринимательства и на торговую отрасль.

11. Применение новых форм расчетов и соблюдение договорной и платежной дисциплин.

12. Использование специальных, экономически обоснованных мер поддержки предприятий, реализующих социально-значимые товары и предприятий, проводящих активную инвестиционную деятельность.

13. Активизация создания мелкооптовых складов, совершенствование деятельности оптового звена.

14. Обеспечение широкой переподготовки, повышения квалификации кадров, осуществляющих реализацию произведенной продукции.