

Заклучению такого коллективного договора должны предшествовать продолжительные обсуждения в коллективах возможностей повышения эффективности деятельности предприятия. Инициатором таких обсуждений должен быть менеджмент, который предварительно оценивает рынок и перспективы его развития. В соответствии с этим должно строиться планирование. Возможности достижения целей могут изначально предлагаться менеджментом и корректироваться коллективом, который должен оценить реальность достижения целей и необходимые для этого ресурсы. Достижение целей должно привести к финансовому результату, который и будет предметом договора работодателя и работников.

*А.В. Владыко, канд. экон. наук*

БГЭУ (Минск)

## **ПРОБЛЕМЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

В условиях построения в Республике Беларусь социально ориентированной и государственно-регулируемой рыночной экономики значение тщательно проработанных и сбалансированных планов на всех уровнях управления организацией не только не уменьшается, но и значительно возрастает. Любая организация, функционирующая в современных условиях хозяйствования, обязана определить на перспективу потребность в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах, а также источники их получения. Специфика торговли ставит процесс разработки планов торговыми организациями в условия неопределенности, ибо это та отрасль, которая имеет прямую зависимость от степени изученности состояния рыночной конъюнктуры, характера взаимодействия между спросом и предложением, уровня покупательной способности населения и структуры его потребностей.

Характер проблем в области планирования деятельности торговых организаций можно представить в следующих аспектах:

1. Высокая степень зависимости результатов торговли от точности определения величины спроса потенциальных покупателей на товар. Торговые организации недостаточно занимаются исследованием покупательского спроса, ограничиваясь расчетно-аналитической информацией о продажах, и чаще всего без выделения отдельных товаров, а в целом по товарным группам, не проводя комплексного анализа "потребительского мнения" и "потребительского кошелька". Ведь развитие рыночных отношений связано с обострением конкурентной борьбы, преодолеть которую пассивным наблюдением невозможно. Успешная тактика хозяйствования должна иметь обоснованную стратегию управления торговой деятельностью, основанную на изучении спроса потребителей, их покупательной способности и динамики реальных денежных доходов.

2. Трудность определения потенциальной емкости рынка товаров и услуг региона деятельности организации. Это объясняется в первую очередь отсутствием обоснованных балансов спроса и предложения на уровне республики, не говоря уже о территориальных, позволяющих оценить реальное состояние рынка. Разрабатываемый на макроуровне баланс денежных доходов и расходов населения, практически не учитывает величин неудовлетворенного и отложенного спроса, что искажает данные о сложившейся емкости рынка. На практике торговые организации характеризуются емкостью рынка, на котором они работают, объемами продаж с учетом динамики денежных сбережений, получая лишь ориентировочную величину. В результате в процессе планирования происходит либо занижение, либо завышение данных о емкости рынка товаров и услуг, что негативно сказывается на итогах деятельности торговых организаций.

3. Отсутствие потоварного учета затрат и сложность оценки рентабельности продаж отдельных товаров. Многие схемы анализа и прогнозирования продаж отдельных товаров практически неприемлемы в торговле из-за низкой достоверности оцениваемых данных.

4. Определенная ограниченность механизма планирования деятельности торговой организации по содержанию целевых ориентиров, в методах и инструментах по его реализации.

5. Стремление некоторыми субъектами хозяйствования отождествить бизнес-план с планом развития организации в перспективе, подменить им последний. Методология бизнес-планирования должна распространяться не только на конкретные деловые предложения, проекты, сделки, но и на разрабатываемые перспективные и текущие планы деятельности организации. Следовательно, бизнес-план следует рассматривать как инструмент реализации задач перспективного и текущего планирования.

Таким образом, механизм планирования деятельности торговой организации требует многоцелевого подхода к решению планово-экономических задач, разработке многокритериальной модели оптимизации конечного финансового результата и обоснованию методов оценки экономической эффективности системы планирования на уровне организации.

*Т.И. Власенко, аспирант*

*БГЭУ (Минск)*

## **КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОТРАСЛЕЙ БЕЛОРУССКОЙ ЭКОНОМИКИ**

Экономика Республики Беларусь, как и любая национальная экономика, является частью мирового хозяйства и в силу этого участвует в мировом воспроизводственном процессе и вовлечена в процессы глоба-