

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-

лизации. Однако важно не просто участие, а и получение выгоды от него. В условиях усиления конкуренции на мировом рынке это не просто, что делает проблему конкурентоспособности наиболее острой. Конкурентоспособность экономики признана одним из приоритетов национального развития Беларуси, что подтверждает факт принятия в 2003 г. Программы структурной перестройки и повышения конкурентоспособности экономики.

Конкурентоспособность — многоплановая экономическая категория, характеризующая экономические объекты микро-, мезо- и макроуровня. Между этими уровнями существует тесная взаимосвязь. С одной стороны, конкурентоспособность отрасли зависит от способности предприятий создавать конкурентоспособную продукцию и наращивать объемы ее производства. С другой стороны, в условиях жесткой конкуренции на мировом рынке конкурируют не отдельные предприятия, а кластеры и отрасли.

Методики оценки конкурентоспособности отраслевого уровня не существует, поэтому целесообразно сочетать несколько методов. Расчет коэффициентов выявленных сравнительных преимуществ RCA позволяет количественно охарактеризовать конкурентоспособность отраслей. Оценка основных статей белорусского экспорта с помощью этих коэффициентов демонстрирует наличие конкурентных преимуществ во всех этих отраслях. Наиболее конкурентоспособными позициями являются: синтетические волокна, нефтепродукты, удобрения, тракторы и грузовые автомобили. Однако Беларусь экспортирует в основном продукты низких и средних технологий. Основным рынком сбыта большинства отраслей является рынок РФ. Так, в 2003 г. экспорт в Россию составил 49 % общего объема экспорта, при этом продукции машиностроения экспортировалось в РФ более 67 % общего объема экспорта отрасли. Это говорит о моноцентричном характере экспорта Республики Беларусь.

Анализ отраслей по методике М. Портера позволяет оценить их способность конкурировать на внешних рынках, охарактеризовав детерминанты конкурентных преимуществ: факторные условия, состояние спроса, родственные и поддерживающие отрасли, а также стратегии и сотрудничество фирм отрасли. Факторные условия Беларуси обеспечивают конкурентные преимущества ограниченному числу сырьевых отраслей (производство калийных удобрений, соли и древесины). Кроме того, республике характеризует выгодное географическое положение. К конкурентным преимуществам можно отнести наличие разной по квалификации рабочей силы и ее низкую стоимость (временное преимущество), а также высокое качество высшего образования. Несмотря на падение спроса на внутреннем рынке в 90-х гг. прошлого века, его качественные параметры изменились — спрос стал более структурированным, приобрел индивидуальность, что способствует усилению конкурентных преимуществ. В отношении родственных и поддерживающих отраслей очевидно, что белорусские предприятия слабо связаны между собой. Стратегии белорусских предприятий до недавнего време-

ни ограничивались преимущественно ценовой конкуренцией, поэтому сегодня многие из них только приступают к диверсификации конкурентных стратегий. Продукция остальных конкурентоспособных предприятий остается востребованной благодаря государственным льготам.

Перспективы белорусских отраслей на мировом рынке во многом зависят от уровня и продолжительности использования технологий. Большинство предприятий республики нуждаются в технологической модернизации. Из почти 6 тыс. базовых технологий, использовавшихся в Беларуси в 2000 г., высокотехнологичными были признаны 5,2 %, новыми — 15,8, традиционными — 79 %; более 80 % продукции выпускается с использованием устаревших технологий. В связи с этим стратегическая конкурентоспособность большинства отраслей находится под угрозой вытеснения с внутреннего и внешних рынков в связи с низкими темпами обновления оборудования и технологий предприятий.

Е. Ф. Волонцевич, канд. экон. наук

БГЭУ (Минск)

ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ В СИСТЕМЕ МЕЖОТРАСЛЕВЫХ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ

Проводимые в республике экономические и институциональные преобразования создали прочную базу для развития рыночных отношений в торговле, в результате чего ее по праву относят к наиболее динамично развивающимся отраслям экономики. Так, в 2000 г. товарооборот достиг уровня 1990 г., а в 2003 г. превзошел его в 1,5 раз. Причем негосударственный сектор обеспечивает более 80 % товарооборота. Достигнуты определенная стабилизация потребительского рынка и его насыщение товарами.

В то же время в современных условиях потребительский рынок должен не просто довести товары до потребителя, но и учесть различные социально-экономические условия, интересы всех субъектов. Кризисные явления, возникающие у любого из них, проявляются через рынок и его деформацию. Во многом это связано с неотрегулированностью взаимоотношений торговли как проводника интересов потребителей и промышленности.

В республике сохраняется практика поддержки государством товаропроизводителей, осуществляется защита их экономических интересов. Это выражается, прежде всего:

- в сохранении системы квотирования поставок товаров на внутренний потребительский рынок (хотя на начальном этапе оно и выполняло защитную функцию, обеспечивая насыщение рынка, сейчас превратилось в возможность навязывания торговле некачественной продукции);