

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
МИНИСТЕРСТВО ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Белорусский государственный экономический университет
Киевский национальный торгово-экономический университет
Московский государственный университет коммерции
Каталонский политехнический университет
Университет Монпелье I
Консорциум белорусских университетов

ТОРГОВЛЯ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Тезисы докладов
Международной научно-практической конференции

Минск, 7—8 мая 2002 г.

Минск 2002

УДК 339.1
ББК 65.9(4 Бей)42
Т60

Редакционная коллегия:

Н.Е. Заяц (ответственный редактор), Г.А. Королснок, Р.П. Валевиц,
О.А. Брилевский, Н.М. Несмелов, Л.А. Чеснокова

Т60 **Торговля в экономической системе: теория и практика: Тез.**
докл. Междунар. науч.-практ. конф. Минск, 7—8 мая 2002 г. — Мн.:
БГЭУ, 2002. — 351 с.

ISBN 985-426-750-4.

УДК 339.1
ББК 65.9(4 Бей)42

ISBN 985-426-750-4

© Белорусский государственный
экономический университет, 2002

ВНЕШНЕТОРГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Современный этап становления мирового хозяйства характеризуется тенденцией к росту влияния международных экономических отношений на структуру и уровень социально-экономического развития национальных хозяйств. Использование импортных товаров производственного назначения сказывается на издержках, качестве и ценах изделий отечественного производства; импорт товаров народного потребления меняет структуру товарного предложения на внутреннем рынке; расширяя ассортимент товаров, способствует формированию конкурентных отношений и повышению эффективности национального производства. В современных условиях, когда на мировых рынках действуют уже не отдельные предприятия, а сообщества родственных и сопряженных отраслей, необходимо проводить целенаправленную политику формирования кластеров в белорусской экономике. Потребительская кооперация Республики Беларусь может выступить в роли одного из таких кластеров, так как обладает всеми необходи-

мыми для этого качествами. Это и многоотраслевой характер деятельности, и наличие единой системы управления всеми видами деятельности, и наличие опыта работы на мировых рынках. Государственная поддержка потребительской кооперации в области внешней торговли позволит эффективно развивать ее экспортный потенциал, в полной мере используя производственные и товарные ресурсы кооперативного сектора экономики. Следует отметить, что, несмотря на незначительный удельный вес системы во внешнеторговом обороте страны, экспортно-импортные операции потребительской кооперации имеют социальную направленность. В структуре импорта наибольший удельный вес занимают товары первой необходимости, которые в республике в достаточном объеме не производятся, а также оборудование и механизмы. Экспорт же представлен в основном продукцией заготовительной отрасли и кооперативной промышленности.

Белкоопсоюз поддерживает торговые связи с фирмами более, чем 30 стран мира, а также с 58 регионами Российской Федерации. В системе потребительской кооперации есть также опыт работы в свободных экономических зонах. В последние годы активно развиваются такие формы международного сотрудничества, как участие в международных выставках и ярмарках и осуществление совместных образовательных программ.

Экспортный оборот потребительской кооперации формируется за счет товаров, поступающих из следующих источников: собственное производство (консервы плодоовощные и фруктово-ягодные, безалкогольные напитки и пиво, продукция швейных цехов); заготовительная отрасль (сельскохозяйственное и дикорастущее сырье и продукция, кожсырье); звероводческая отрасль (пушнина); торговые предприятия и предприятия промышленности, не относящиеся к системе потребительской кооперации; импорт товаров с целью их последующей перепродажи. Наиболее важными для формирования экспортного потенциала потребительской кооперации являются три первых источника. Однако в настоящее время ресурсы этих отраслей используются не в полной мере.

В условиях экономического кризиса внутри страны внешнеэкономическая деятельность является источником дополнительных средств (как товарных, так и денежных), необходимых для стабилизации и укрепления финансового положения кооперативных обществ, обеспечения товарными ресурсами оптовой и розничной торговли, насыщения потребительского рынка, модернизации материально-технической базы, развития новых нетрадиционных направлений деятельности, повышения культурного и образовательного уровня работников.