

Российская экономическая академия им. Г. В. Плеханова
Уральская государственная юридическая академия
Кооперативно-коммерческий университет Молдовы
Белорусский государственный экономический университет
Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины
Гомельский кооперативный институт

ПРЕДПРИЯТИЕ В СИСТЕМЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

**СБОРНИК ТРУДОВ
МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ**

20–21 июля 2000 г.

**В трех частях
Часть II**

Гомель 2000

Рецензенты: **Уколов В. Ф.**, д-р. экон. наук, профессор, академик Российской академии социальных технологий и местного самоуправления, Российская академия государственной службы при президенте Российской Федерации;
Фатеев В. С., д-р. экон. наук, заместитель директора Института экономики Академии наук Республики Беларусь

Редакционная коллегия: **Борисевич В. И.**, д-р. экон. наук, профессор, зав. кафедрой региональной экономики Белорусского государственного экономического университета;
Герасенко В. П., канд. экон. наук, доцент, академик Белорусской академии социальных наук, Гомельский кооперативный институт;
Журавлев П. В., д-р. экон. наук, профессор кафедры экономики труда и управления персоналом Российской экономической академии им. Г. В. Плеханова;
Зяцц Н. Е., д-р. экон. наук, профессор, проректор по научной работе Белорусского государственного экономического университета;
Каншиць А. И., д-р. экон. наук, зав. кафедрой теории потребкооперации Гомельского кооперативного института; академик Белорусской академии социальных наук;
Котляров И. В., д-р. социол. наук, профессор, президент Белорусской академии социальных наук, заместитель председателя Комиссии Палаты представителей Национального собрания Республики Беларусь по правам человека и национальным отношениям;
Котов Г. К., канд. экон. наук, доцент, Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины;
Суменков М. С., д-р. экон. наук, профессор, Уральская государственная юридическая академия;
Шагга Л. А., д-р. экон. наук, проректор по учебной и методической работе Кооперативно-коммерческого университета Молдовы

Предприятие в системе региональной экономики: Сборник трудов Международной научно-практической конференции: В 3 ч. Ч. 2. — Гомель: Белорусский центр бизнеса "Альтаир", 2000. — 160 с.
ISBN 985-6398-17-7

Представлены основные научные и практические результаты, изложенные в докладах по проблемам взаимосвязи экономики предприятий и организаций с экономикой региона и их синхронного развития. Основные направления тематики докладов: проблемы социально-экономического развития региона и рыночных отношений, проблемы управления в условиях трансформации экономики, прогнозирование и программирование в экономике предприятия; инвестиционная и инновационная деятельность, внешнеэкономическая деятельность и маркетинг, проблемы развития предпринимательства.

Для научных и практических работников, занимающихся вопросами совершенствования управления производством в условиях перехода к социально ориентированной рыночной экономике, преподавателей вузов.

УДК 338.516:658.1
ББК 65.290

**ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В ПЕРЕХОДНЫЙ ПЕРИОД
К РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ**

М. И. Лисовский
Гомельский кооперативный институт
г. Гомель, Республика Беларусь

Потребительская кооперация является сложным инфраструктурным элементом рыночной среды. Ее многоотраслевая деятельность тесно связана со становлением и развитием инфраструктуры села. Этот процесс осуществляется на основе экономических законов и всей совокупности производственных отношений, которые в итоге проявляются как рыночные на стадиях производства, распределения, обмена и потребления в соответствующих сферах производства.

Таким образом, выделение стадии обменного взаимодействия и его сферы имеет важное методическое значение и раскрывает двойственный характер рыночных отношений: экономического и материального, т. е. одновременность причины и следствия в сложном процессе общественного обмена. Наиболее наглядно это проявляется непосредственно на стадии производства во время обменного взаимодействия духовных и физических сил человека с силами природы.

Объектами рынка предстают 26 тыс. предприятий и организаций потребительской кооперации. Их роль в рыночной структуре различается в зависимости от функций в процессе общественного обмена.

Потребительская кооперация объединяет 15 взаимодействующих отраслей и видов деятельности. Основными из них являются:

- оптовая, розничная и внешняя торговля;
- общественное питание;
- промышленность;
- производство клеточной пушнины;
- заготовки сельскохозяйственных продуктов и сырья, дикорастущих плодов, ягод, орехов, грибов, вторичного и технического сырья;
- сельское хозяйство;
- капитальное строительство объектов производственного, жилищного и культурно-бытового назначения.

Для того чтобы надлежащим образом функционировали перечисленные отрасли и подотрасли, созданы хозяйственные подразделения, осуществляющие перевозку и хранение товарно-материальных ценностей, ремонт и производство технологического оборудования, проектно-изыскательские работы, подготовку кадров, страхование имущества и т. д.

Потребительской кооперации свойственен ряд своеобразных черт и особенностей, связанных со спецификой экономической природы данного вида кооперации. С одной стороны, это объясняется необходимостью защиты интересов производителей и потребителей, а с другой — соблюдения законов рынка. Именно поэтому предприятия потребительской кооперации сталкиваются с трудностями при включении в систему предпринимательства.

Потребительской кооперации как хозяйственной организации всегда были присущи определенная хозяйственная самостоятельность, принятие решений, исходя поставленных задач и интересов. Используя собственные и заемные средства, она шла на хозяйственный риск и отвечала по своим обязательствам, ориентируясь на получение необходимых для ее развития и решения уставных принципов доходов. Таким образом, система обладала изначально и обладает в настоящее время всеми признаками, присущими по действующему законодательству предпринимательским структурам.

Доверие пайщиков и покупателей к потребительской кооперации республики Беларусь зависит от ее роли в обеспечении их товарами и услугами. Важнейшими индикаторами деятельности потребительской кооперации являются: динамика розничного товарооборота и его структуры, объема платных услуг и их структуры, прибыли (убытков), численности пайщиков, обслуживаемого населения, работающих и учащихся в учебных заведениях потребительской кооперации, неделимого и паевого фондов и среднего паевого взноса, изменение доли потребительской кооперации в закупках различных видов продукции, доли собственных оборотных средств в общем объеме оборотных средств

В период перехода к рыночным отношениям потребительская кооперация сумела сохранить свою целостность и управляемость, продолжить работу по дальнейшей стабилизации кооперативной экономики.

В сфере кооперативной торговли в 1998 г. был обеспечен прирост розничного товарооборота в размере 26,1 %, что на 5,5 пункта превышает среднереспубликанский уровень. Доля Белкоопсоюза в розничном товарообороте республики Беларусь достигла 19,8 % против 18,5 % в 1997 г. Ускорились оборачиваемость товаров в среднем на 4 дня и составила 28 дней.

Положительной тенденцией, проявившейся за последние годы, является опережающий рост продажи непродовольственных товаров. Их удельный вес в товарообороте достиг в 1998 г. 26 % и возрос по сравнению с 1997 г. на 3,3 пункта и на 8 пунктов по сравнению с 1995 г. Однако 44 % продаж приходится на четыре товара (хлеб, алкогольные напитки, табак, сахар), а на такие важные товары, как одежда и обувь — всего 7 %, электротовары и стройматериалы вместе взятые — 4,6 %. Такая структура товарооборота далеко не оптимальна, если бы система потребительской кооперации лишь на 1 % увеличила долю непродовольственных товаров в товарообороте 1998 г., то можно было дополнительно получить 230 млрд р. оборота.

Несколько активизировалась работа оптовой торговли. В 1998 г. доля опта в товарном обеспечении повысилась до 12,2 % против 7,8 % в 1997 г. Например, в Могилевском и Витебском областных потребительских союзах каждый пятый рубль товарооборота приходится на долю товаров, закупаемых межрайонным оптом.

В 1998 г. продолжалась работа по укреплению материально-технической базы розничной торговли. В период с 1995 по 1999 годы отремонтировано и реконструировано 7,3 тыс. магазинов или 54 % их общего количества, в том числе в 1998 г. — 2,7 тыс. В системе создано 2,8 тыс. образцово-показательных магазинов современного типа. Открыт 21 магазин в городах республиканского и областного подчинения, за счет чего создано дополнительно 500 рабочих мест. Вместе с тем в системе потребительской кооперации имеется более 6 тыс. магазинов, где длительное время не производился ремонт.

В 1998 г. продолжалось дальнейшее сокращение сети предприятий общественного питания. В настоящее время предприятия общественного питания обеспечивают свою выживаемость не за счет обслуживания потребителей завтраками, обедами и ужинами, а за счет производства в отрасли кондитерских, колбасных, макаронных изделий, майонеза, выпечки хлеба и ряда другой продукции. Удельный вес такой продукции по Белкоопсоюзу достиг 22 %, а, например, по Витебскому облпотребсоюзу — 34,3 %. С учетом реализации в общественном питании покупных товаров можно сказать, что те функции, которые отрасль выполняла ранее, ныне существенно видоизменились. Сегодня главная задача общепита очевидна: работа предприятий

должна быть подчинена существенному увеличению ресурсов продовольствия за счет более полного использования производственных мощностей.

В заготовительно-перерабатывающем комплексе потребительской кооперации к 2001 г. поставлена цель выйти на уровень 1990 г. по производству потребительских товаров. В связи с этим в 1998 г. производство товаров по Белкоопсоюзу возросло на 17,1 % и составило 72,8 % объемов 1990 г. В то же время в целом по Республике Беларусь этот показатель достиг 94,0 %. Для достижения поставленной цели системе потребительской кооперации в оставшиеся 2 года следует обеспечивать среднегодовой темп прироста производства в размере не менее 12,8 %.

Технические возможности, резерв мощностей для наращивания производства в системе потребительской кооперации имеется. Что же касается недостатка сырьевых и материальных ресурсов для производства продукции, то эта проблема всегда была непростой и над ее решением необходимо работать повседневно.

Важнейшей перспективой и основополагающей тенденцией на будущее является необходимость наращивания объемов заготовительной отрасли. Главной проблемой является заготовка мясопродуктов. Несмотря на то, что за последние годы их закупка значительно оживилась, достигнутый результат составляет всего 54 % уровня 1990 г. Ключевым моментом здесь остается работа с населением. В 1990 г. у населения было закуплено 44,6 тыс. тонн мяса или 53 % общего объема закупки, а в 1998 г. — в три раза меньше, то есть только 13,7 тыс. тонн. Ресурсы у населения осваиваются на 5 %.

В соответствии с основными направлениями социально-экономического развития республики Беларусь на 1996–2000 годы одним из важнейших направлений в работе потребительской кооперации является внешнеэкономическая деятельность, способствующая удовлетворению потребностей сельского населения в товарах, а также техническому перевооружению предприятий потребительской кооперации.

В 1998 г. внешнеторговый оборот потребительской кооперации составил 51,8 млн долларов США или 120,9 % к обороту 1997 г., в том числе экспорт продукции — 23,9 млн долларов США или 111,0 % к обороту 1997 г., импорт — 27,9 млн долларов США или 130,9 % к обороту 1997 г. Прогнозные показатели внешнеторгового оборота в целом по системе значительно выполнены и темпы роста превышают среднереспубликанские.

Главным торговым партнером потребительской кооперации являются субъекты хозяйствования регионов России. На их долю приходится 60,4 % общего объема внешней торговли Белкоопсоюза, 83,5 % объема экспорта и 40,6 % импорта. Положительное сальдо в торговле с Россией составило 8,6 млн долларов США.

Основными видами экспортируемой продукции потребительской кооперации является пушнина (40,0 %), картофель (8,5 %), продукция из вторичного сырья (6,1 %), консервы (5,2 %), трактора (4,5 %), дикорастущие (3,6 %), кожсырье (3,3 %) и другие товары. В свою очередь для нужд сельского населения импортировались: сахар (32,5 %), мука (5,1 %), рыба и морепродукты (2,9 %), масло растительное (1,5 %) и другие продовольственные и непродовольственные товары.

Однако в развитии внешнеэкономической деятельности потребительской кооперации имеется ряд нерешенных проблем. Так, отрицательное сальдо внешнеторгового оборота составило за 1998 г. 4,0 млн долларов США. Превышение импорта товаров над экспортом допустили все облпотребсоюзы республики, кроме — Брестского, Гродненского и 50 % предприятий хозяйства Белкоопсоюза.

Основные резервы роста внешнеторгового оборота потребительской кооперации сосредоточены в потребительских союзах республики. Удельный вес на уровне 30 % от всего внешнеторгового оборота Белкоопсоюза, который сохраняется на протяжении последних двух лет, не соответствует экономическому и внешнеторговому потенциалу облпотребсоюзов. В облпотребсоюзах сосредоточено 96 % производства товаров народного потребления, 82 % заготовительного оборота, эти ресурсы необходимо вовлечь в сферу внешней торговли.

Развитие внешнеторговой деятельности в потребительской кооперации республики в значительной мере тормозится отсутствием эффективной системы управления в этой сфере деятельности. В связи с этим заслуживает внимания опыт Могилевского облпотребсоюза по созданию отделов по внешнеэкономической деятельности на межрайбазах, базе облкоопхозторга, в райпо предусмотрена должность специалиста по внешнеэкономической деятельности. На коммерческий центр облпотребсоюза возложена координация внешнеторговой деятельности организаций и предприятий. Назрела необходимость создания при Белкоопсоюзе специального отдела внешнеэкономической деятельности с поручением ему следующих функций: разработки основных направлений, информационного и методического обеспечения внешнеэкономической деятельности субъектов хозяйствования потребительской кооперации.

В период перехода к рыночным отношениям у потребительской кооперации появились сильные конкуренты, вытесняющие ее с традиционных сегментов рынка.

Перспективы развития потребительской кооперации; ее адаптация к рынку будут зависеть от решения следующих проблем: собственности потребительской кооперации во всех ее структурах от потребительского общества до Белкоопсоюза; взаимосвязи государственного и рыночного регулирования;

взаимоотношений потребительской кооперации с государством; окончательного определения ее статуса (коммерческой или некоммерческой организацией). Формально пайщики имели право влиять на деятельность потребительского общества через принятие решений на общем собрании, управлять и контролировать (будучи избранными в правление и ревизионную комиссию), получать доходы на паевые взносы.

На деле эти права нарушались. Основная причина была связана с преобладавшей ролью государственной собственности, организационные принципы и структуры которой считались наиболее адекватными для централизованного планирования и управления. Согласно закону "О кооперации в СССР" кооперативы подразделяются на производственные, потребительские и смешанные (сочетающие черты обеих вышеназванных видов кооперативов) (ст. 3.2). К числу последних относится и потребительская кооперация. Кооператив рассматривается как общественная организация граждан, добровольно объединившихся на основе членства для совместного ведения хозяйственной и иной деятельности (ст. 5.1). Однако в законе нет четких формулировок, кому принадлежит имущество потребительской кооперации и как должна распределяться прибыль. Этот закон был удобен в тот период, когда государственные ведомства нормировали всю хозяйственную деятельность потребительской кооперации (штатное расписание, цены, оплату труда и т. д.). Тогда взаимоотношения государства и потребительской кооперации практически не отличались от взаимоотношений государства и государственных предприятий. Эффективность деятельности предприятий потребительской кооперации оценивалась аналогично государственным предприятиям.

Это привело к тому, что рентабельность торговли в системе потребительской кооперации была около 2 %. Доходы ограничивались через торговые скидки, которые по многим товарам не покрывали прямых затрат. Для предприятий потребительской кооперации в директивном порядке определялся госзаказ на поставку сельскохозяйственной продукции в централизованный фонд. Хозяйственные взаимосвязи между потребительскими обществами и их союзами строились в основном, исходя из приоритетов интересов вышестоящих структур. Так сельпо большую часть прибыли перечисляли государству и райпотребсоюзам.

Имели ли в то время пайщики какие-либо выгоды от того, что являлись членами потребительского общества? Безусловно, имели. Например, в магазинах системы потребительской кооперации дефицитные товары продавались только пайщикам. С переходом к рыночной экономике это преимущество потеряло смысл, поскольку новые частные структуры расширили возможность выбора при покупке товаров.

Таким образом, в переходный к рыночным отношениям период потребительская кооперация может стать одним из опорных камней экономического роста, так как несет значительный потенциал. Возможности потребительской

кооперации обусловлены, во-первых, наличием большого количества мелких и средних предприятий, способностью быстро реагировать на изменяющиеся условия, развитием конкурентной среды; во-вторых, социальной направленностью и традиционностью отношений, что соответствует нравственному укладу населения и может служить гарантией достижения социального спокойствия.

СОДЕРЖАНИЕ

Герасенко В. П., Гоман В. М., Скоблик П. Ю., Ковалева Е. И. Основные направления совершенствования концепции социально-экономического развития Республики Беларусь.....	5
Герасенко В. П., Дещеня С. А., Бессонова Т. Н., Кондратенко И. С. Прогнозирование и планирование НТП, развитие науки в условиях перехода к рыночной экономике.....	9
Герасенко В. П., Кудревич А. А., Половиков А. Ю., Буцанец Е. А., Журо Н. И. Прогнозирование инфляционных процессов в Республике Беларусь.....	14
Герасенко В. П., Краснюкова О. В., Соляная Т. В., Герасенко П. В. Совершенствование организационной структуры управления предприятием... 18	
Герасенко В. П., Астапкина Т. В., Мищенко Е. В. Макроэкономическое прогнозирование.....	22
Герасенко В. П., Павлов А. М. Применение регрессивного анализа при оптимизации производства.....	25
Герасенко В. П., Ходорович А. В. Минимальная цена производителя как новая модель ценообразования.....	29
Бонцевич Н. В., Врублевский Б. И. Становление национальной банковской системы Республики Беларусь и ее роль в экономике страны.....	32
Евдокимович В. И. Анализ кредитоспособности клиента при кредитовании инвестиций.....	38
Евдокимович В. И. Организация финансирования и кредитования инвестиций в Республике Беларусь.....	46
Лацкевич Н. В. Поддержка предпринимательства — основа становления эффективной рыночной экономики.....	53
Канашевич А. И. Проблемы развития предпринимательства.....	57

Кикоть И. И. О ставке сравнения при отборе инвестиционных проектов.....	
Лебедева С. Н., Дюбанова Л. В. Реструктуризация: сущность, проблемы, возможности и перспективы.....	70
Лебедева С. Н., Раздерищенко В. Н. Ретроспективный анализ подходов к стимулированию труда работников торговли.....	76
Николаев А. Е. Экологический мониторинг лесов Гомельской области.....	83
Новиков Н. Д., Алексеенко Е. В. Торговая политика как фактор стабилизации трансформационной экономики.....	88
Пономаренко П. Г., Пономаренко Е. Г. Учет и оценка иностранных инвестиций в условиях инфляции.....	99
Прибылев В. Ф., Прибылева О. В., Капитан Д. В. Назревшие проблемы конкуренции в переходной экономике.....	104
Врублевский Б. И. Особенности развития экспорта строительных материалов.....	107
Смотрницкий Л. С. Экономическое образование как средство формирования личности для подготовки к преобразованиям в социуме.....	117
Суменков М. С., Суменков С. М. Экономико-математическое обоснование потребности в рабочей силе на предприятии.....	121
Лисовский М. И. Основные тенденции развития потребительской кооперации Республики Беларусь в переходный период к рыночной экономике.....	128
Тихомиров Г. В. Некоторые проблемы исследования ценовой политики предприятия в рыночных условиях.....	140
Герасенко В. П., Серкебаев М. Х., Исаченко Н. В., Диченкова Е. В. Концепция внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь.....	143