

В связи с этим размер торговой надбавки целесообразно оценивать по критерию ее достаточности для развития предприятия и получения разумной прибыли, предусмотреть дифференцирование торговой надбавки в зависимости от качества обслуживания. Для этого может быть использован опыт зарубежных торговых предприятий в определении базовой торговой надбавки как одной из разновидностей цен на торговые услуги.

В мировой практике различают три основные цели ценообразования, которые могут быть выбраны предприятием: ориентация на сбыт, ориентация на прибыль, ориентация на существующее положение. В первом случае предприятие заинтересовано в росте реализации или максимизации доли на рынке, во втором - в максимизации прибыли, получении достаточного дохода от оптимизации инвестиций или обеспечении быстрого поступления наличных средств, в третьем - предприятие стремится избежать неблагоприятных правительственных решений в этой области, минимизировать результат действий конкурентов, поддерживать хорошие отношения с участниками каналов сбыта, противодействовать конкуренции. В соответствии с поставленными целями в торговой практике стран с развитой рыночной экономикой для формирования базовой торговой надбавки используются следующие методы: 1) метод полных издержек; 2) метод стоимости реализации; 3) метод маржинальных издержек; 4) метод рентабельности инвестиций; 5) метод маркетинговых оценок; 6) опытно-экспериментальный метод; 7) метод определения на базе имеющихся публикаций; 8) эмпирический метод; 9) оптимизационный метод; 10) метод сопоставления торговых надбавок. Перечисленные методы для определения торговых надбавок могут использоваться независимо друг от друга или в комбинациях, при этом все они исходя из необходимости покрытия затрат и получения определенной торговой прибыли, позволяющей предприятию развиваться в условиях рынка.

УДК 339.681

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Л.В.Наркевич, Т.И.Сущко
Могилевский технологический институт

Важнейшим фактором экономического совершенствования товарных рынков является информационное обеспечение торговых предприятий, для развития которого целесообразно предусмотреть:

- создание республиканской системы сбора и распространения информации, автоматизированного банка статистических данных с широким спектром информации;
 - предусмотреть создание государственных информационно-консультативных центров на базе органов государственной статистики, областных и городских управлений торговли;
 - поручить маркетинговые исследования на коммерческой основе научно-исследовательским учреждениям, учебным заведениям, а также независимым экспертным группам, созданным при научно-исследовательских учреждениях.
- Источником средств на эти цели для торговых предприятий могут быть средства,

полученные в результате либерализации цен, внедрения предложений по усилению стимулирующей функции налогообложения, а также средства от внедрения и развития маркетинговой концепции на предприятии;

- государственное стимулирование информационного бизнеса, поддержка проектов информатизации, обеспечивающих развитие информационных сетей и систем;

- с целью выхода в международное информационное пространство целесообразно предусмотреть обеспечение единства государственных стандартов в сфере информатизации и их соответствие международным рекомендациям и требованиям;

- трансформирование предприятий информационного бизнеса в центры информационного анализа с предоставлением пользователям услуг по консультированию, лизингу, маркетингу, моделированию за счет объединения мелких частных предприятий и привлечения к работе специалистов в области маркетинга, менеджмента, рыночной статистики и др.;

- стимулирование инвестиций в развитие информационного комплекса, т.к. недостаток информации вызывает несбалансированность спроса и предложения, низкий уровень знаний рыночной конъюнктуры и, как следствие, низкая эффективность коммерческой деятельности предприятий, неудовлетворенность спроса на рынке потребительских товаров, в частности на исследуемом рынке продовольственных товаров. Развитие рыночных отношений предполагает государственную поддержку, поэтому целесообразна реализация целевых государственных инвестиций за счет государственных средств, например из централизованных инвестиционных фондов и других источников.

УДК 330.322

ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

О.М.Шумило

Могилевский технологический институт

В настоящее время одной из коренных проблем внутреннего развития оказывается проблема аккумуляции, распределения и целевого использования инвестиционных ресурсов. Высокие темпы спада в инвестиционной сфере - одна из самых негативных тенденций, которая грозит серьезными последствиями. Начиная с 1991 года изношенность основных фондов по всем группам нарастает, достигая критической отметки: в промышленности по состоянию на 01.01.97г. это уже 74,8%.

В целях возобновления деловой активности упор должен быть сделан на развитие системы самофинансирования инвестиционных проектов и программ. Это требует увеличения доли собственных источников субъектов хозяйствования - прибыли и амортизационных отчислений, а также расширения инвестиций за счет приватизации на возмездной основе объектов государственной собственности. А пока доля собственных средств предприятий в финансировании капиталовложений в 1995 году составляла 50%.