

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Березовик Н.В.

Научный руководитель – к.э.н., доцент *Л.А. Сюсюкина*
Белорусский государственный технологический университет

Переходный характер белорусской экономики, трудности в проведении рыночных преобразований и другие методы налагают свой отпечаток на состояние и особенности формирования цен в республике.

Целью доклада является комплексный анализ проводимой в последние годы ценовой политики в республике, определение ее перспектив. Особое внимание уделено вопросам механизма государственного регулирования, совершенствования действующего налогового законодательства/3/, изучению опыта других стран.

В докладе представлена эволюция государственной ценовой политики с 1992 по 2003 год/2/, особое место уделено рассмотрению закона « О ценообразовании», а также ряда нормативных актов, регулирующих ценообразование в Республике Беларусь на данном этапе. В работе описаны и проанализированы основные методы государственного регулирования ценообразования, приведены результаты их применения. Рассмотрены вопросы косвенного и прямого регулирования цен.

В итоге можно сделать следующие выводы:

1. в целях проведения более гибкой ценовой политики рекомендуется законодательно закрепить все случаи госрегулирования цен(тарифов, расценок, ставок), а также более детально проработать закон « О ценообразовании», в частности определив, что выбор конкретных форм ценообразования должен осуществляться соответствующими государственными органами с учетом не только государственных интересов и складывающейся социально-экономической ситуации, но и с учетом интересов субъектов хозяйствования;
2. возможно совершенствование прямых методов регулирования за счет уменьшения списка социально-значимых товаров, отмены регулирования рентабельности на большинство товаров и услуг (за исключением естественных монополистов), а также за счет совершенствования формирования себестоимости (пересмотр нормируемых затрат);
3. с регулированием цен на непродовольственные товары отлично справляется рынок.

Литература:

1. Полещук И.И, Терешина В.В. Ценообразование. Учебник – Мн.: БГЭУ, 2001.
2. Ракова Е.Ю. Направления совершенствования государственного регулирования потребительских цен в Беларуси // Белорусский экономический журнал, №2,2002
3. <http://www.ncpi.gov.by> – Национальный центр правовой информации Республики Беларусь

ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ

О.И. Козловская

Научный руководитель – к.э.н. *В.Г. Куртин*
Белорусский государственный технологический университет

Большинство предприятий сталкивается с проблемой дефицита информации о клиентах, их платежеспособности, надежности, занимаемом положении на рынке. Результатом могут стать просроченные платежи, ухудшение финансового состояния предприятия. В целях контроля различных аспектов взаимоотношений с клиентами по коммерческим договорам предприятиям рекомендуется создавать базу данных на покупателей (заказчиков). Основой

этой базы данных является досье, которое представляет собой определенным образом структурированную совокупность всех имеющихся данных о заказчике (покупателе). Такое досье служит для контроля покупателя на предмет его надежности и финансовой устойчивости, соблюдения им договорной дисциплины, для контроля выполнения договорных обязательств самой организацией (предприятием – изготовителем). Досье должно включать:

- все реквизиты заказчика, в том числе его наименование, адрес (юридический и фактический) и телефон (факс), платежные реквизиты;
- дату и результаты предварительных переговоров;
- данные по всем заключенным с заказчиком договорам и их фактическому исполнению, в том числе по полноте и своевременности отгрузок, по расчетам за продукцию;
- данные по проведенной работе по инкассации просроченной дебиторской задолженности (звонки, уведомления, личные посещения и т.д.);
- данные по спорам (в части претензионной и судебной работы); статистические данные по частоте заключения договоров, по выполнению заказчиком договорных обязательств и другие возможные данные по аспектам взаимоотношений организации и заказчика.

Досье должно регулярно пополняться в соответствии с новыми сведениями о клиенте.

Также каждому покупателю (заказчику) целесообразно присваивать категорию риска. Ранжирование заказчиков (покупателей) по категориям риска (классы заказов по рискам: высокий, средний, низкий или другие) производится по результатам работы с заказчиком (покупателем) на основе следующих условий:

- степень выполнения обязательств по расчетам за продукцию;
- на основе статистического учета рассчитывается степень выполнения договорных обязательств отдельными покупателями, а также группами покупателей, сформированными по критериям рыночного сегментирования (география, размеры организации, отраслевая принадлежность и т.д.);
- положение на данном рынке – является ли он посредником или самостоятельным производителем (потребителем) продукции;
- если ранее конкретный заказчик не имел хозяйственных связей с предприятием, т.е. является совершенно «новым» контрагентом, то категория риска его заказа определяется на основе степени выполнения обязательств той характерной группой заказчиков (покупателей), к которой он отнесен в соответствии с определенными критериями рыночной сегментации.

Затем происходит заключение договора с указанием основных прав и обязанностей сторон, при этом в результате переговоров с участием представителей обеих сторон контрагенты приходят к соглашению.

ОТРАСЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВОСПРОИЗВОДСТВА ОСНОВНЫХ ФОНДОВ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

О.В. Лацевская

Научный руководитель – д.э.н., профессор *В.А. Кулаженко*
Белорусский государственный технологический университет

Химический и нефтехимический комплекс функционирует в русле основных закономерностей развития экономики страны, находящейся в состоянии кризиса. Рентабельность реализованной продукции, работ, услуг за январь-июнь 2003г. составила 12,6%. Доля убыточных предприятий составляет 37,9%, при этом на 36,6% от неубыточных предприятий отрасли рентабельность менее 5%. Снижается уровень загрузки производственных мощностей, в 2002г. он составил 56,1%. Просроченная кредиторская задолженность по состоянию на 1 января 2003 г. по сравнению с 1 января 2002 г. выросла на 27,7% и составила 99,6 млрд. руб.

Сложное финансово-экономическое состояние предприятий комплекса, во многом