

УДК 339.142
ББК 65.42-41
Э 94

Редакционная коллегия: С. Н. Лебедева, д-р. экон. наук, профессор;
А. П. Бобович, канд. экон. наук, доцент;
А. З. Коробкин, канд. экон. наук, доцент;
Н. В. Лацкевич, канд. экон. наук, доцент;
Т. В. Гасанова, канд. экон. наук, доцент

Рецензенты: Н. С. Шелег, д-р экон. наук, профессор, профессор кафедры экономики торговли
Белорусского государственного экономического университета;
Н. А. Сныткова, канд. экон. наук, доцент, первый проректор Белорусского
торгово-экономического университета потребительской кооперации

Эффективность сферы товарного обращения и труда : сборник научных статей
Э 94 П Писаренковских чтений, посвященных 90-летию со дня рождения Н. П. Писаренко /
редкол. : С. Н. Лебедева [и др.] ; под науч. ред. канд. экон. наук, доцента А. З. Короб-
кина. – Гомель : учреждение образования «Белорусский торгово-экономический уни-
верситет потребительской кооперации», 2016. – 164 с.
ISBN 978-985-540-355-6

Сборник содержит научные статьи, отражающие состояние, проблемы и перспективы экономиче-
ского развития организаций реального сектора экономики в условиях перехода на инновационный путь
развития. Авторы рассматривают широкий спектр направлений: особенности оценки эффективности
функционирования организаций сферы товарного обращения и других отраслей Республики Беларусь,
Украины, Российской Федерации и других стран; механизм инновационного и правового развития орга-
низаций; вопросы формирования и использования трудового потенциала.

Статьи могут быть использованы в научно-исследовательской, практической и образовательной
деятельности, а также в идеологической и воспитательной работе. Материалы сборника научных статей
предназначены для научно-педагогических и практических работников, руководителей, специалистов, ас-
пирантов и студентов.

УДК 339.142
ББК 65.42-41

ISBN 978-985-540-355-6

© Учреждение образования «Белорусский
торгово-экономический университет
потребительской кооперации», 2016

ПИСАРЕНКОВСКИЕ ЧТЕНИЯ «ЭФФЕКТИВНОСТЬ СФЕРЫ ТОВАРНОГО ОБРАЩЕНИЯ И ТРУДА»

УДК 316.422

Т. С. Алексеенко (ATCPETR@gmail.ru),
канд. экон. наук, доцент

Л. М. Злотникова (lidia_zlotnikova@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ В ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ТЕОРИИ

Теоретические и практические проблемы инновационного развития постоянно обостряются. Это происходит по разным причинам. В предложенной статье предпринята попытка провести анализ проблем инновационного развития в контексте институциональной теории. Основное внимание акцентировано на существовании существенных различий между целями развития институциональной теории и действующей практикой инновационного развития. На эмпирическом и нормативном уровнях толкование инновационного развития отождествлено со стимулированием предпринимательства, что закономерно влечет за собой сужение общественного развития ростом объемов материального производства.

Theoretical and practical problems of innovative development are constantly aggravated. This happens for various reasons. The proposed article is an attempt to analyze the problem of innovative development in the context of the institutional theory. The main attention is accented on the existence of the essential differences between the objectives of institutional theory and the current development of innovative practices. At the empirical and normative levels of interpretation of innovation development is identified with the stimulation of entrepreneurship, which naturally entails the restriction of social development the growth of material production.

Ключевые слова: инновация; инновационное развитие; институциональная теория; институциональные проблемы; материальное производство.

Key words: innovation; innovative development; institutional theory; institutional problems; material production.

Актуальность проблем инновационного развития в контексте институциональной теории обусловлена многими причинами. Во-первых, относительной молодостью институциональной теории, во-вторых, ограничением механизмов инновационного развития материальным производством, в-третьих, широко распространенным упрощенным подходом формированию нормативно-правовой базы и условий инновационного развития.

Понятия «инновация», «инновационное развитие», «инновационные технологии», «инновационные товары» и т. д. прочно вошли в лексику ученых, политиков и простых граждан. К сожалению, приходится констатировать, что необходимость радикальных преобразований допускается только в материально-технических факторах производства. Немаловажную роль в суженном толковании данных понятий сыграло обращение к теоретическому наследию Й. Шумпетера. В начале XX в. ученый предложил научному миру и общественной практике новый подход к толкованию источников развития эффективного производства. В работе «Теория экономического роста» Шумпетер использовал понятие «предприниматель», раскрыл свое понимание сути предпринимательской деятельности, дал характеристику особенностей личных и профессиональных качеств человека-инноватора. Главными особенностями специалиста, способного к разработке и внедрению новшеств были обозначены ранее никогда нигде не встречавшееся соединение факторов производства, инновационное развитие, которое, по мнению Шумпетера, происходит в условиях сохранения ранее разработанных техники, технологий и товаров. Ученый обращал внимание на необходимость эффективного соединения различных способов и методов организации производственной деятельности. Он также неоднократно подчеркивал то, что «дан-

ная работа носит теоретический характер и в ней обсуждаются основные черты хозяйственного опыта, требующие общего описания», т. е. как бы предупреждал, что одна причина обращения к теории новых источников развития обусловлена повторяющимися с 1905 г. кризисами, вторая – необходимостью понимания «феномена экономического развития» [1, с. 3].

В настоящее время распространена точка зрения о том, что институциональная экономика сформировалась в начале XX в. Ее родоначальником принято считать Хамильтона, который в 1919 г. впервые использовал понятие «институциональная экономика», попытался дать определение некоторым понятиям. В соответствии с определением, предложенным У. Хамильтоном, основным предметом нового теоретического направления в экономической науке должны стать «различные виды взаимодействий между субъектами». Мы обращаемся к проблеме институционализма и инновационной экономики, прежде всего, по причине толкования Й. Шумпетером «новых принципов и форм соединения субъектов или факторов производства» [1].

История экономической мысли позволяет говорить о том, что абстрактные производственные отношения подвергались сомнению задолго до появления понятия «институционализм». Признанный классик экономической науки А. Смит был философом по образованию. Однако, к сожалению, крайне редко в ученой среде вспоминают о том, что его труд «Теория нравственных чувств или опыт исследования законов, управляющих суждениями, естественно составляемыми нами сначала о поступках прочих людей, а затем и о своих собственных» вышел ранее часто цитируемой работы «Исследование о природе и причинах богатства народов». Объединяет два названных труда идея использования абстрактного подхода к изучению взаимоотношений между людьми. Более глубокое изучение процесса развития экономической науки позволяет говорить о том, что отсутствие в лексике понятий «институционализм», «институциональная экономика» и т. д. не означает игнорирования вне производственных отношений между людьми. Смит в «Теории нравственных чувств» неоднократно пытался обратить внимание на то, что «какую бы степень эгоизма мы ни предположили в человеке, природе его, очевидно, свойственно участие к тому, что случается с другими, участие, вследствие которого счастье их необходимо для него, даже если бы оно состояло только в удовольствии быть его свидетелем» [2]. На первый взгляд, приведенные слова могут кому-то показаться не нужными в контексте заявленной проблемы. Но очень часто во многих работах приводятся рассуждения Смита об «эгоизме, как основном двигателе всех отношений».

Инновационное развитие в немалой степени продвигается на основе эксплуатации индивидуального эгоизма. Естественно упрощенное толкование методологии повышения эффективности производства требует пристального внимания и максимально корректного анализа теории различных отношений между субъектами экономических и производственных отношений. Соответственно, основной акцент необходимо сделать на установление непосредственной связи инновационного развития с его последствиями для разных социальных слоев населения. В рамках заданного формата изложение институциональных проблем инновационного развития носит постановочный характер, требуются системные и мультидисциплинарные исследования. В настоящее время в подавляющем большинстве случаев в теоретических и политических публикациях по проблеме инновационного развития отдается предпочтение положительным проявлениям и последствиям инновационных преобразований материального производства.

Инновационное развитие, на наш взгляд, – это нестабильность. Последняя носит непредсказуемый и неуправляемый характер. В современной экономической науке они все чаще отождествляются с различными видами риска. Во введении к учебнику Л. Тэпмана «Риски в экономике» негативные последствия оценены как мало изученные, и здесь сложно не согласиться с автором. Риски как следствие неопределенности, непредсказуемости, непланируемости появились не сегодня. Ученые начали реагировать на последствия развития научно-технического прогресса (НТР) уже в XIX в. [3].

История экономики в буквальном смысле слова переполнена фактами нестабильного развития, т. е. потери собственности для одних и приобретения и преумножения для других, роста доходов для одних и безработицы для других. В экономической науке данное явление получило определение «цикличность развития». Особое место среди существующих методологий цикличности развития занимает НТР. В широком смысле – это не только новый облик производства, но и радикальные изменения отношений производителя со средствами производства, собственностью. Радикально изменяются источники средств существования и т. д. Внедрение парового двигателя заложило основы нового социального и экономического облика, массовое производство вытесняет индивидуальную занятость.

Безработица, инфляция становятся спутниками инновационного развития. Эти и другие социальные последствия уже в XIX в. ставили на повестку дня вопрос о новой роли и месте го-

сударства. Классическая экономическая теория основана на методологии минимизации роли государства в экономике. Особый институциональный статус практически не обсуждается экономистами классиками. Своеобразное нарушение табу, государственное воздействие на производителей и потребителей осуществил Дж. С. Милль. В 1848 г. увидел свет его труд «Основы политической экономии» в трех томах (позднее признанный основным учебником). Третий том посвящен проблемам нового статуса, функции и роли государства в экономике массового производства. Не отрицая роли частной инициативы, Милль обращается к проблемам государственного принуждения и насилия. Минимум законодательства в методологии ученого не тождественны максимуму свободы. «Естественные законы рынка» перестают работать в условиях замены индивидуального производства массовым. Важнейшим институциональным вопросом, по мнению Милля, является собственность, механизмы распределения и доступности. Прошло почти 150 лет, но слова ученого остаются актуальными: «Но разве собственностью признается только то, что произведено трудом? Разве не признается собственностью сама земля с ее лесами, водами и прочими природными богатствами... Все это наследие рода человеческого, и должны существовать нормы, регламентирующие их общее пользование» [4].

Инновационное развитие рождает новый социально-экономический институт интеллектуальной собственности. Суть ее проблем не менее четко сформулирована Миллем: «Нельзя оставлять нерешенными вопросы о том, какие права на использование определенной части этого общего наследия предоставлять отдельному лицу и на каких условиях» [4]. Суть инновационного развития составляет интеллектуальная собственность. Нормативные права ее владельца отличаются противоречивостью. С одной стороны, не вызывает сомнений заслуженное вознаграждение творца, с другой – временные интервалы получения дивидендов. В первом случае не просто сложно, а очень сложно установить личностный характер инноваций. Труд в любой сфере давно стал не только массовым, но и коллективным. Сложно назвать сферу деятельности, в котором используется только вклад одного человека. В одном из интервью С. Джобс очень образно отметил, что все достижения компании стали возможны только при совместной работе представителей разных профессий. Этот и многие другие примеры позволяют сделать вывод о несовершенстве рыночных законов, не имеющих естественного происхождения, носящих абстрактно кабинетный характер. Вмешательство государства, создание адекватных правовых норм механизмов реализации объективно обусловлены.

Инновационное развитие – наиболее сложная институциональная проблема развития цивилизации. Несмотря на то, что в настоящее время существуют различные классификации этапов и характеристик форм и содержания экономических систем, на наш взгляд, они не затрагивают суть преобразований происходящих в положении человека и его отношений. основополагающим принципом экономического богатства считается «выживание наиболее сильных и приспособленных». Для раскрепощения, снятия многочисленных ограничений как естественного, так и созданного в ходе существования цивилизации классиками предложен механизм конкуренции, проще говоря, постоянной борьбы. Разработка инновационных теорий, технологий, товаров требует особых условий, положения, стимулирования основных разработчиков и т. д. Инновации в любой сфере сложно не только планировать, но даже прогнозировать. Однозначно можно утверждать только одно – время талантливых одиночек прошло. Инновации появляются и внедряются только в условиях эффективного функционирования социальных и экономических институтов. Центральное место мы отводим отношению общества к меньшинству. По четкой оценке Л. Мизеса, «новые идеи и новшества всегда являются достижениями незаурядных людей, но эти великие люди не смогли бы преуспеть, приспособившая общественные обстоятельства к своим планам, если бы не убедили общественное мнение» [4].

Инновационное развитие, как уже отмечалось, закономерно сопровождается различными рисками. На первое место претендует рост издержек на собственно разработки и их внедрение. Основная цель производителя – получение выгоды в максимально короткие сроки. Вследствие описанной ситуации инноватор не просто должен уметь необычным способом соединить имеющиеся в его распоряжении факторы производства, но реальные источники для поиска новой архитектуры ресурсного содержания производства, а также тех сторонников и помощников, которые способны поддержать, помочь, а иногда на время отказаться до стабильного дохода. Проблема создания соответствующих институтов инновационного развития в современной экономической теории и практике не находит поддержки.

Реформирование экономических отношений на основе так называемого либерализма породило теоретические проблемы трактовки понятий и категорий общества. Многие с нашим утверждением могут не согласиться. Но утилитарный либерализм сопровождается перенесением законов развития биологической природы на жизнедеятельность человека. Всем известная

конкуренция – форма борьбы, приводящая к уничтожению одних и выживанию других. Социальные аспекты в жизни человека всегда были и будут оставаться действующими механизмами. Абстрактная экономическая выгода теоретически нацеливает собственника на повышение предельной производительности всех факторов производства. Предельная производительность труда работа в соответствии с теорией маржинализма позволяет сформировать максимальный доход работника.

Разработка инноваций в буквальном смысле слова не вписывается в господствующую теорию и практику рыночной экономики. В соответствии с классическим толкованием динамическое развитие рынка должно обеспечиваться наибольшей свободой перемещения факторов производства, ценообразования и заработной платы. Реальная ситуация в экономике позволяет сделать вывод, о том, что инновационное развитие на виртуальном уровне определяется как основной путь к повышению благосостояния. Оно требует дополнительных, часто рискованных затрат и равных условий конкуренции. Важное место в реализации идеи инновационного развития экономики занимают социальные последствия, которые часто носят негативный характер. Значительное количество занятых в производстве постоянно и непредсказуемо подвергается риску не только потери профессии, доходов, но и благоприятных условий жизни.

В заключение хотелось бы отметить, что инновационная экономика требует принципиально нового осмысления социальных и экономических отношений. Государственное регулирование на основе норм, нормативов экономических издержек и достижений создает жесткую латентную систему противодействия разработке и внедрению инноваций в различных сферах общественного производства. Используемая оценочная система благосостояния не способна стимулировать функционирование науки, образования, культуры. Конкуренентное общество сохраняет далеко не лучших и ценных индивидов. Материальное благосостояние как критерий ценности достижений не всегда является результатом инновационного развития.

Список использованной литературы

1. Шумпетер, Й. Теории экономического развития / Й. Шумпетер. – М. : Прогресс, 1982. – 267 с.
2. Смит, А. Теория нравственных чувств / А. Смит. – М. : Республика, 1997. – 352 с.
3. Тэпман, Л. Риски в экономике / Л. Тэпман. – М. : ЮНИТИ-Дана, 2002. – 380 с.
4. Милль, Дж. С. Основы политической экономии. В 3-х томах. Т. 3 / Дж. С. Милль. – М. : Прогресс, 1981. – 448 с.

УДК 005.95+331.10

П. Г. Ахраменко (profcom@gomselmash.by),
канд. экон. наук, председатель
профкома

ОАО «Гомсельмаш»
г. Гомель, Республика Беларусь

ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА

В статье предложена модель стратегического управления трудовыми ресурсами с целью обеспечения устойчивого развития трудового коллектива организации (предприятия) и повышения производительности труда. Также на основе временных рядов экономических показателей холдинга «Гомсельмаш» произведен анализ влияния некоторых факторов (фондовооруженность, машинозагрузка, удельный вес активной части основных фондов и др.) на динамику производительности труда.

The paper proposes a model of strategic human resource management in order to ensure sustainable development of the labor collective organization (enterprise), and increase productivity. Just on the basis of time series of economic indicators of the holding "Gomselmash" promoted analysis of the impact of certain factors (fondovooruzhennost, mashinozagruzka, the share of the active part of fixed assets, etc.) on the dynamics of labor productivity.

Ключевые слова: организация труда; управление персоналом; производительность труда; эффективные методы управления; основные фонды; промышленно-производственный персонал; трудовые ресурсы.

Key words: labor organization; personnel management; labor productivity; management practices; fixed assets; industrial personnel; human resources.

Современный уровень развития производительных сил, характеризующийся использованием сложной техники и технологии производства, многономенклатурной кооперацией, предполагает совместный труд большого количества людей. Он не мыслим без организации труда. Во всех сферах человеческой деятельности и во все времена лучше организованный труд при прочих равных условиях обеспечивал достижение более высоких результатов.

По мере становления рыночных отношений, способствующих возрождению конкуренции, при которой большой вес приобретает результативность труда, оказывающая решающее влияние на эффективность производства, возрастает значение организации труда. Кроме того, по мере технического совершенствования производства возрастает цена единицы рабочего времени. Рациональная организация труда способствует эффективному использованию оборудования и времени работающих, что повышает производительность труда, снижает себестоимость продукции, увеличивает рентабельность производства [1, с. 59].

На уровне предприятия организация труда представляет собой систему рационального взаимодействия работников со средствами производства и друг с другом, основанную на определенном порядке построения и последовательности осуществления трудового процесса, направленную на получение высоких конечных социально-экономических результатов деятельности предприятия.

При переходе к рынку происходит медленный отход от иерархического управления, жесткой системы административного воздействия, практически неограниченной исполнительной власти к рыночным взаимоотношениям, базирующимся на экономических методах.

Современная концепция взаимоотношений руководства предприятия с остальным персоналом исходит из того, что главный источник эффективности и конкурентоспособности организации – это люди, их знания, способности, опыт. Реализовать неисчерпаемый творческий и духовный потенциал работников возможно только при их активном участии в процессе преобразований и обновления производства. Успех деятельности любого хозяйствующего субъекта в значительной степени определяется тем, какой тип социально-трудовых отношений применяется на предприятии, насколько слаженно и согласованно взаимодействие работников. Типы социально-трудовых отношений характеризуют психологические, этические и правовые формы взаимоотношений между работниками и между работниками и нанимателями в процессе трудовой деятельности. По организационным формам выделяют следующие типы социально-трудовых отношений: патернализм, партнерство, конкуренция, солидарность, субсидиарность, дискриминация и конфликт [2, с. 344].

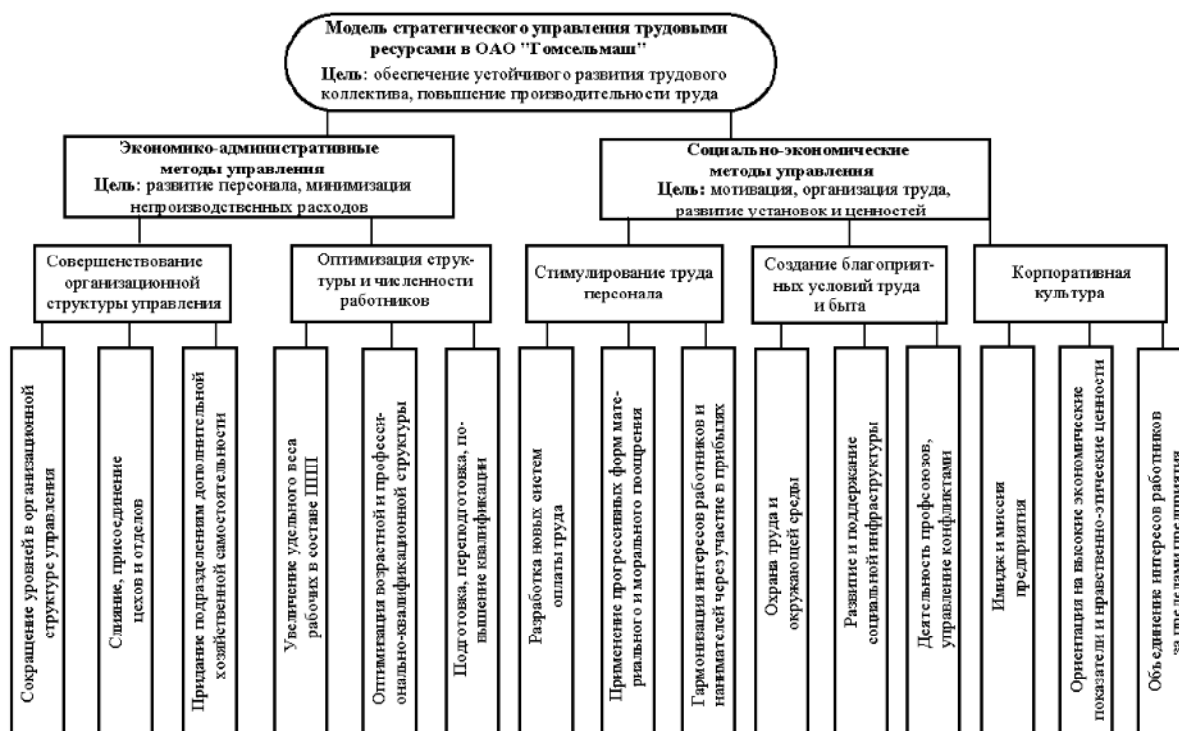
В ОАО «Гомсельмаш» взаимоотношения в сфере трудовой деятельности строятся в основном на принципах партнерства и солидарности с участием профсоюзов, а также субсидиарности посредством функционирования специально созданных для этих целей структур. Формирование отношений нанимателя с остальным персоналом с участием профсоюзов способствует росту эффективности производства: профсоюзы могут способствовать повышению производительности благодаря своему воздействию на текучесть рабочей силы и гарантии занятости. Они выполняют функцию *коллективного голоса* при решении трудовых споров, обсуждении улучшения условий работы и т. д. Сокращение текучести рабочей силы разными путями ведет к повышению эффективности. Во-первых, в результате сокращения текучести растет опыт рабочих, а следовательно, и их производительность. Во-вторых, уменьшаются расходы на набор новых рабочих, на испытательный срок и наем рабочей силы в целом. В-третьих, сокращение текучести побуждает нанимателя более охотно вкладывать капитал в обучение (а следовательно, и в повышение производительности) работников [3, с.102].

С конца 90-х гг. XX в. столетия руководством акционерного общества (на тот момент производственного объединения) совместно с профсоюзным комитетом была принята концепция стратегического управления трудовыми ресурсами предприятия, основные направления которой начали реализовываться с 1999 г. (рисунок).

В соответствии со статьей 51 Гражданского кодекса Республики Беларусь, начиная с 2000 г. в структуре ОАО «Гомсельмаш» стали создаваться филиалы [4]. Создание филиалов преследовало следующие цели: расширение прав структурных подразделений предприятия, на базе которых они были созданы; предоставление им большей хозяйственной самостоятельности; возможность распоряжаться заработанными средствами в пределах установленных предприятием; повышение ответственности за итоги работы и, как следствие, достижение наибольшей экономической эффективности, развитие хозяйственной инициативы и предприимчивости кадров.

По состоянию на 1 января 2016 г. в ОАО «Гомсельмаш» функционируют 12 филиалов (5 филиалов производственного назначения, 1 филиал – объект социального назначения, 5 филиалов и совместных предприятий ОАО «Гомсельмаш» за рубежом и 1 сельскохозяйственный комплекс).

Модель стратегического управления трудовыми ресурсами



Основным результатом эффективного управления трудовыми ресурсами (персоналом) является повышение производительности труда последнего.

Повышение производительности труда всегда имеет решающее значение для развития экономики страны, конкретного предприятия. Снижение производительности труда ведет к обратным результатам. Предприятия не только снижают объемы выпускаемой продукции, но и теряют необходимые средства для развития производства.

Повышение производительности труда – это главное средство повышения уровня доходов персонала. С ее ростом предприятие получает возможность увеличить заработную плату, производить дополнительные выплаты работникам – на питание, в виде материальной помощи и др. В ответ на проявление заботы о себе работники изменяют свое отношение к труду. У них вырабатывается гордость за работу, предприятие, они дорожат своим рабочим местом, проявляют больше инициативы. В результате таких изменений повышается индивидуальная производительность труда.

Кроме эффективных методов управления персоналом на рост производительности труда влияют также конкретные экономические факторы: фондовооруженность, степень загрузки оборудования, удельный вес активной части основных фондов, удельный вес рабочих в персонале и др.

Динамика удельного веса рабочих в составе промышленно-производственного персонала не только характеризует степень механизации и автоматизации труда на предприятии, но и при прочих равных условиях, оказывает существенное влияние на резервы и факторы роста (снижения) производительности труда [3, с. 94]. Существенное влияние на производительность труда (P) также имеют факторы: фондовооруженность труда работников (F); удельный вес активной части основных фондов в общем их составе (d_M); машиноотдача (коэффициент загрузки оборудования) (f_M) [5, с. 179] (таблица 1).

Таблица 1 – Временные (производные) ряды производительности труда, фондовооруженности, машиноотдачи, удельного веса активной части основных фондов, удельного веса рабочих в персонале за 1995–2015 гг. (в сопоставимых значениях на 01.01.2016 г.)

Год	Производительность труда (P), тыс. р.	Машинозагрузка, (f_m) (коэффициент)	Удельный вес активной части основных фондов (d_m) (коэффициент)	Удельный вес рабочих в персонале (d_p) (коэффициент)	Фондовооруженность (F), млн р.
1995	33 495	0,12	0,550	0,744	302,1
1996	34 608	0,10	0,551	0,724	313,5
1997	43 567	0,14	0,553	0,724	325,8
1998	41 439	0,14	0,561	0,712	321,0
1999	53 690	0,19	0,565	0,713	345,7
2000	77 784	0,18	0,570	0,714	322,7
2001	96 448	0,20	0,575	0,715	329,2
2002	105 178	0,20	0,581	0,716	365,5
2003	107 328	0,17	0,594	0,719	312,7
2004	156 215	0,23	0,602	0,719	340,2
2005	188 945	0,27	0,615	0,720	372,4
2006	218 638	0,28	0,617	0,729	404,2
2007	246 483	0,31	0,622	0,729	416,5
2008	311 794	0,34	0,625	0,739	375,1
2009	346 199	0,37	0,629	0,735	349,4
2010	350 763	0,38	0,630	0,735	651,8
2011	341 361	0,38	0,631	0,737	405,6
2012	382 685	0,39	0,632	0,739	313,4
2013	382 834	0,40	0,634	0,740	341,8
2014	282 458	0,37	0,631	0,741	331,1
2015	251 319	0,36	0,630	0,742	365,4

Анализ факторов производительности труда производится путем решения регрессионной зависимости

$$P = f(f_m, d_m, d_p, F).$$

Исследуем линейную регрессионную зависимость вида

$$P = a_0 + a_1 \cdot f_m + a_2 \cdot d_m + a_3 \cdot d_p + a_4 \cdot F \quad (1)$$

и определим коэффициенты исследуемой регрессионной зависимости (таблица 2).

Таблица 2 – Значения и характеристики коэффициентов полной линейной регрессии (четырёх факторов)

Коэффициент	Значение	P -значение
a_0	-1 044 529,7	0,036 931 401
a_1	1 155 076,0	$4,533 92 \cdot 10^{-11}$
a_2	-120,107 92	0,007 393 369
a_3	1 280 545,7	0,063 256 414
a_4	15,123 927	0,849 680 752

Таким образом, получаем следующую регрессионную зависимость:

$$P = -1 044 529,7 + 1 155 076,0 \cdot f_m - 120,108 \cdot d_m + 1 280 545,7 \cdot d_p + 15,124 \cdot F. \quad (2)$$

Коэффициент детерминации для данной регрессии $R = 0,986 987 7$ показывает, что точность нашей модели отличная. Однако для доказательства достоверности модели надо проверить статистические характеристики вычисленных коэффициентов (так называемое, P -значение), проверяющие гипотезу о равенстве параметров нулю. Если P -значение какого-то коэффициента меньше 0,05 (обычно принимается такой уровень значимости, соответствующий достоверности 95%), то вычисленное значение считается достоверным. В данном случае явно

выделяется коэффициент a_4 , P -значение которого $0,8497 > 0,05$ (см. таблицу 1). Таким образом, наличие в модели фактора F требует дополнительной проверки.

Для проверки значимости фактора F исследуем линейную регрессионную зависимость без фактора F :

$$P = a_0 + a_1 \cdot f_m + a_2 \cdot d_m + a_3 \cdot d_p. \quad (3)$$

Коэффициенты исследуемой регрессионной зависимости приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Значения и характеристики коэффициентов линейной регрессии без фактора F

Коэффициент	Значение	P -значение
a_0	-1 028 729	0,031 369 287
a_1	1 161 275	$1,936 17 \cdot 10^{-12}$
a_2	-120,645	0,005 496 253
a_3	1 264 147	0,056 467 649

Таким образом, получаем следующую регрессионную зависимость:

$$P = -1 028 729 + 1 161 275 \cdot f_m - 120,645 \cdot d_m + 1 264 147 \cdot d_p. \quad (4)$$

Коэффициент детерминации для данной регрессии $R = 0,986957$ показывает, что точность и этой модели отличная. Для исследуемой модели P -значения всех вычисленных коэффициентов меньше $0,05$ (для a_3 незначительно больше) (см. таблицу 2). Таким образом, результат P не зависит от фактора F , и последняя линейная регрессионная зависимость точно и достоверно моделирует зависимость результата P от факторов f_m , d_m и d_p (таблица 4).

Таблица 4 – Зависимость приращения производительности труда (P) от приращения факторов f_m , d_m , d_p

Приращение фактора, %	Приращение производительности труда, %		
	Машинозагрузка (f_m)	Удельный вес активной части основных фондов (d_m)	Удельный вес рабочих в персонале (d_p)
1,0	2,2	-0,02	9,2
2,0	4,3	-0,03	18,4
3,0	6,5	-0,05	27,7
4,0	8,6	-0,06	36,9
5,0	10,8	-0,08	46,1
6,0	13,0	-0,09	55,3
7,0	15,1	-0,11	64,6
8,0	17,3	-0,12	73,8
9,0	19,4	-0,14	83,0
10,0	21,6	-0,15	92,2

Таким образом, при неизменных факторах машинозагрузки (f_m), удельного веса активной части основных фондов (d_m) увеличение удельного веса рабочих в общей численности промышленно-производственного персонала на 1% дает приращение производительности труда на 9,2%.

Сочетание экономико-административных и социально-экономических методов управления персоналом предприятия в предложенной модели, по нашему мнению, позволяет достичь основную цель – повысить производительность труда. Это позволяет более эффективно и рационально использовать производственные ресурсы на каждом предприятии и получать дополнительную прибыль, направляя заработанные средства на развитие производства, обновление ассортимента продукции.

Список использованной литературы

1. **Организация**, нормирование и оплата труда : учеб. пособие / А. С. Головачев [и др.] ; под общ. ред. А. С. Головачева. – М. : Новое знание, 2004. – 496 с.

2. **Генкин, Б. М.** Экономика и социология труда : учеб. / Б. М. Генкин. – 8-е изд., доп. – М. : Норма, 2009. – 448 с.

3. **Ахраменко, П. Г.** Формирование системы эффективной занятости персонала на машиностроительных предприятиях : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / П. Г. Ахраменко. – Минск, 2011. – 180 с.

4. **Гражданский кодекс Республики Беларусь** : с изм. и доп., внесенными Законом Республики Беларусь от 8 янв. 2014 г. – Минск : Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2014. – 656 с.

5. **Статистика: показатели и методы анализа** : справ. пособие / Н. Н. Бондаренко [и др.] ; под ред. М. М. Новикова. – Минск : Современ. шк., 2005. – 628 с.

УДК 331.2

В. А. Витюнин (mkuper2011@yandex.ru),
аспирант

Полтавский университет экономики
и торговли
г. Полтава, Украина

ОРГАНИЗАЦИЯ ОПЛАТЫ ТРУДА УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПЕРСОНАЛА НА ОСНОВЕ КОМПЕТЕНТНОСТИ

В статье представлены подходы к компетентности управленческого персонала как основы для организации оплаты труда. Предложена система организации оплаты труда на основе компетентности управленческого персонала предприятия.

The article presents the approaches to competency management personnel as the basis for the organization of labour payment. The system of labor payment organization based on competence management personnel of the enterprise.

Ключевые слова: управленческий персонал; компетенция; уровень компетентности; оплата труда; организация оплаты труда.

Key words: management personnel; expertise; competencies; compensation; organization of labour payment.

В современных условиях хозяйствования главным ресурсом предприятия становятся знания, умения и навыки работников, в частности, руководителей. Оплата труда работников должна зависеть от уровня их компетентности, поскольку такой подход сможет обеспечить повышение их эффективности и предприятия в целом.

Вопросы организации оплаты труда все чаще привлекают внимание зарубежных и украинских ученых: В. Р. Веснина, Т. В. Гасановой, А. Я. Кибанова, Ю. Г. Одегова, С. Н. Лебедевой, А. З. Коробкина, Л. В. Мисниковой, Е. А. Гришновой, А. М. Колота, Т. А. Костышиной, Э. М. Либановой, Л. С. Лисогор, И. Л. Петровой и др.

Целью статьи является разработка рекомендаций по внедрению оплаты труда управленческого персонала на основе компетентности.

Оплата труда, связанная с компетентностью, может быть частью комплексного подхода к управлению персоналом на основе компетентности (рисунок 1).

Мы поддерживаем точку зрения Д. Брауна и М. Армстронга о том, что «организации все чаще обнаруживают, что успех зависит от наличия компетентных сотрудников. Оплата по уровню компетентности означает, что организация ориентируется на будущее, а не на прошлое» [1].

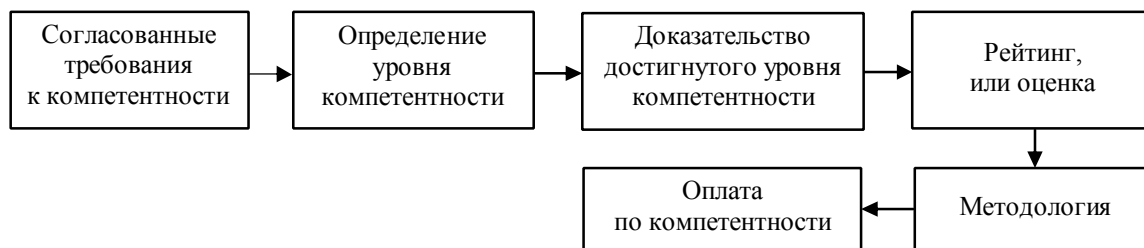


Рисунок 1 – Организация оплаты труда работников на основе компетентности

Примечание – Источник [2, с. 252]

Она позволяет избежать чрезмерного акцента на количественные и зачастую нереалистичные цели, характерные для систем PRP (оплаты, связанной с эффективностью).

Уровень и пределы повышения в разрядах оплаты обычно определяются рейтингами эффективности, которые часто составляются во время проверок управления эффективностью, но могут производиться и отдельно в рамках специальной проверки оплаты. Некоторые организации не закладывают в основу повышения PRP формальные рейтинги, а вместо этого полагаются на общую оценку того, насколько должна возрасти оплата сотрудников относительно эффективности, потенциала, уровня заработной платы их коллег и их рыночной ценности.

Система оплаты труда на основе компетентности привлекательна, поскольку сотрудники получают вознаграждение за то, что они способны сделать, а не за результаты, которые они не всегда могут контролировать.

Э. Лоулер поддерживает оплату труда по компетентности в том случае, если «она соответствует способности сотрудника решать конкретные задачи и при наличии надежных методов измерения того, насколько хорошо сотрудник может выполнить задание» [3]. По нашему мнению, такой подход больше всего применим к управленческому персоналу.

В классификаторе профессий Украины управленческий персонал – это лица, профессиональная деятельность которых связана с руководством предприятиями, учреждениями, организациями и их подразделениями независимо от форм собственности и видов деятельности на основе осуществления различных функций управления и руководства, которые в целом существенно отличаются по своей сложности и ответственности [4].

Международная организация труда определяет управленческий персонал как часть более широкой категории работников, к которой, кроме менеджеров, относятся и другие специалисты-профессионалы. Основой для этого является тесная взаимосвязь в работе менеджеров и специалистов. Работая в постоянном контакте, обеспечивают запланированное развитие организации [5].

Компетенция (от лат. *competencia* – круг вопросов, которыми человек хорошо владеет, знания и опыт, которыми он обладает) – это интегрированный результат освоения содержания, который выражается в готовности работника использовать усвоенные знания, умения, навыки, а также способы деятельности в конкретных жизненных ситуациях для решения практических и теоретических задач.

Компетенция является интегральным результатом взаимодействия следующих компонентов:

- мотивационного, выражающего глубокую заинтересованность в данном виде деятельности, наличие личностного смысла решать конкретную задачу;
- целевого, связанного с умением определять личные цели, составлением личных проектов и планов; осознанным конструированием конкретных действий, поступков, которые обеспечивают достижение желаемого результата;
- ориентационного, предусматривающего учет внешних (осознание общей основы деятельности) и внутренних (субъективный опыт, имеющиеся знания, предметные и межпредметные умения, навыки, способы деятельности, психологические особенности и т. д.) условий деятельности;
- функционального, предполагающего способность использования знаний, умений, способов деятельности и информационной грамотности как базиса для формирования собственных возможных вариантов действия, принятия решений, применения новых форм взаимодействия;
- контрольного, предполагающего наличие четких измерителей процесса и результатов деятельности, закрепление правильных способов деятельности, совершенствование действий в соответствии с определенной целью;
- оценочного, связанного со способностью к самоанализу, адекватной самооценки своей позиции, конкретного знания, необходимости или ненужности для своей деятельности, а также метода его получения или использования.

Эти компоненты в структуре общей компетенции работника тесно взаимосвязаны. Поэтому каждый компонент может влиять на развитие других компонентов.

Компетенции являются системой индивидуальных и коллективных знаний, навыков, умений, приемов, которая сохраняется и распространяется внутри предприятия путем обучения, коммуникаций, и, главное, приобретения опыта. Они всегда имеют «внутреннее» происхождение практически без временных ограничений их использования, а также являются основой для создания неповторимой отличительности предприятия в рыночном пространстве [6, с. 25].

Г. Хемел и С. Прахалад определяют ключевые компетенции как навыки и умения, которые позволяют предприятию представлять потребителям фундаментальные преимущества, или как набор умений и технологий, объем бессистемно накопленных знаний и опыта, которые становятся основой успешной конкуренции. Компетенции находят косвенное выражение в потребительской стоимости конечного продукта через эффективность использования способностей и ресурсов в производственной и организационной системе с определенной конфигурацией. Ключевой называется компетенция высшего порядка, которая участвует в создании крупнейшей потребительской стоимости и является коллективным знанием, что позволяет организовывать и управлять использованием других компетенций и способностей, создавая таким образом дополнительную потребительскую стоимость [7, с. 3].

Ключевые компетенции создают компетентность персонала, в частности, управленческого. Можно выделить следующие свойства ключевых компетенций:

- они являются производными от совокупности ресурсов и способностей компании, поэтому им присуща сложность;
- их достаточно трудно идентифицировать, они незаметны потребителю;
- могут быть использованы только в пределах той бизнес-системы, в которой они существуют, т. е. они присущи только данной конфигурации ресурсов и способностей;
- неповторимость и незаменимость, т. е. компетенция не может быть непосредственно скопирована или использована конкурентами, не может быть замещена другой компетенцией;
- в отличие от других активов организации, они не изнашиваются, развиваются; повышается ее качество, эффективность использования существенно возрастает;
- чаще всего сначала они развиты лучше, чем у конкурентов, и ориентированы на потребителя;
- включают в себя совокупность других компетенций и способностей и могут быть использованы для их взаимного усиления [7, с. 4].

Нами предлагается система эффективной организации оплаты труда управленческого персонала, основой которой являются его компетенции (рисунок 2).

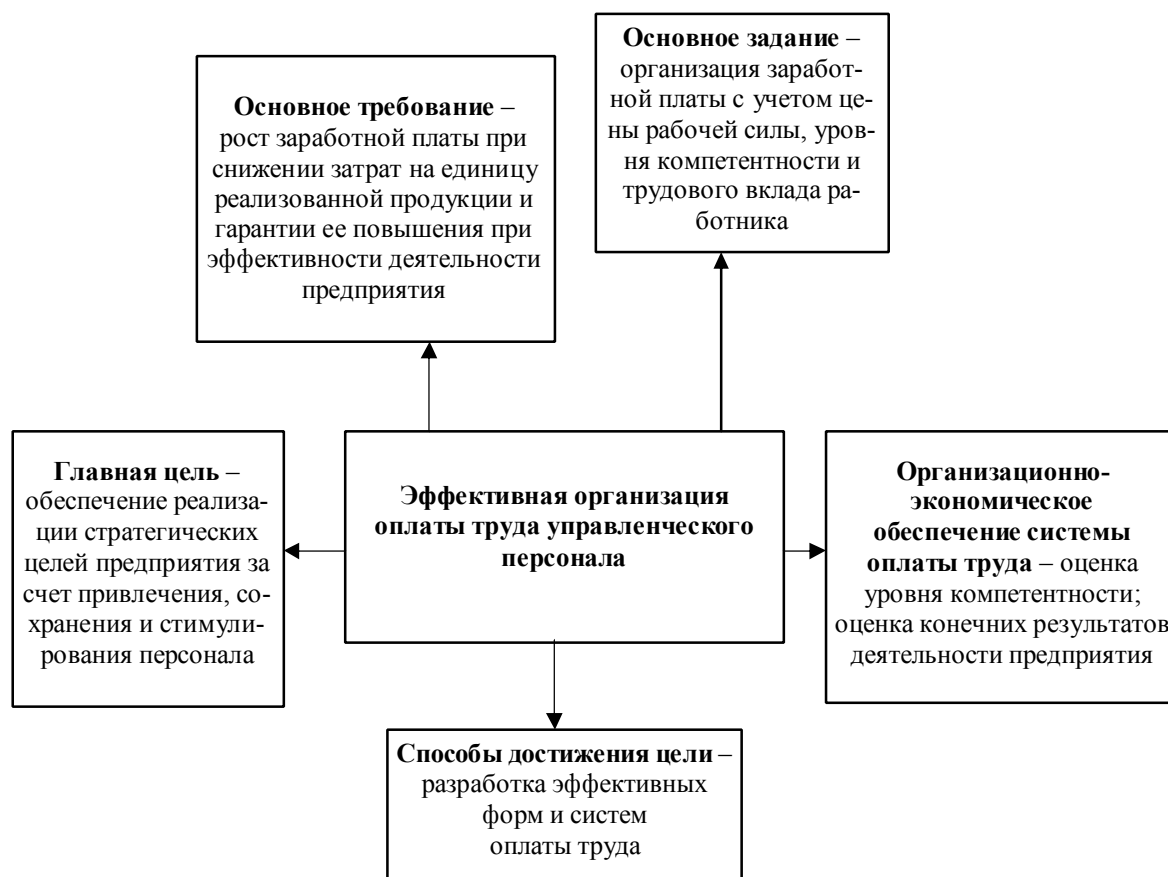


Рисунок 2 – Система эффективной организации оплаты труда управленческого персонала на предприятиях

Представленная схема предусматривает организацию оплаты труда, которая имеет цель – обеспечение реализации стратегических целей предприятия за счет привлечения, сохранения и стимулирования управленческого персонала. Основным заданием является организация заработной платы с учетом цены рабочей силы, уровня компетентности и трудового вклада управленческого персонала.

Таким образом, учет уровня компетентности управленческого персонала при разработке системы оплаты труда обеспечит повышение конкурентоспособности как работников, так и предприятия в целом.

Список использованной литературы

1. **Brown, D.** Paying for Contribution / D. Brown, M. Armstrong. – London : Kogan page, 1999.
2. **Армстронг, М.** Оплата труда: практическое руководство по построению оптимальной системы оплаты труда и вознаграждения персонала : [пер. с англ.] / М. Армстронг, Т. Стивенс / под науч. ред. Т. В. Герасимовой. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. – 512 с.
3. **Lawler, E. E.** Who uses skill-based pay, and why / E. E. Lawler // Compensation & Benefits review. – 1993. – March-April.
4. **Національний** класифікатор України : класифікатор професій ДК 003:2010 [Електронний ресурс] // HR Ліга: сообщество кадровиков и специалистов по управлению персоналом. – Режим доступа : <http://hrliga.com/>. – Дата доступа : 17.06.2016.
5. **Конвенції** та рекомендації : ухвалені Міжнар. організацією праці. – Женева : Міжнар. бюро праці, 1999. – Т. 1. – 1560 с.
6. **Верба, В. А.** Проблеми ідентифікації компетенцій підприємства / В. А. Верба, О. М. Гребешкова // Проблеми науки. – 2004. – № 7. – С. 23–28.
7. **Prahalad, C. K.** The core competence of the corporation / C. K. Prahalad, G. Hamel // Harvard Business Review. – 1990. – Vol. 68. – P. 3.

УДК 334.012.64

О. Н. Головинов (golovinov@dkt.dn.ua),
д-р экон. наук, профессор

Л. А. Дмитриченко (LiliaDm@meta.ua),
канд. экон. наук, доцент

Донецкий национальный университет
экономики и торговли имени Михаила
Туган-Барановского
г. Донецк, Украина

ФОРМИРОВАНИЕ УСЛОВИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

В статье обоснована объективная необходимость преобразования функционирующей системы государственной поддержки малого бизнеса с целью изменения его влияния на развитие национальной экономики. Определены механизмы повышения конкурентоспособности малого бизнеса за счет технологического переоснащения и инновационной ориентации в производственной деятельности. Показаны различные варианты увеличения объемов финансово-кредитной помощи малым предприятиям с учетом положительного и негативного воздействия для экономики страны. Осуществлен анализ воздействия на малый бизнес административных и рыночных инструментов государственного регулирования.

The article substantiates the objective necessity of transformation functioning of state support of small business system in order to change its impact on the national economy. Mechanisms of improving the competitiveness of small businesses at the expense of technology transfer and innovation orientation in industrial activity. It is showing various options for increasing the volume of financial and credit support to small businesses, taking into account the positive and negative effects for the economy. The analysis of the impact on small business administration and state regulation of market instruments.

Ключевые слова: малый бизнес; предпринимательство; государство; национальная экономика; инновация; инвестиционный проект; предприятие; кредитование.

Key words: small business; enterprise; government; national economy; innovation; investment project; the company; lending.

Целью исследования является анализ макроэкономических факторов ограничивающих эффективное функционирование малой предпринимательской деятельности в России.

Малые предприятия первыми «чувствуют» изменения, происходящие в национальной экономике, все негативные проявления вызванные санкциями, значительным ростом курса валют, уменьшением доступа к и без того ограниченным, кредитным ресурсам, увеличением налоговой нагрузки. Кризис обострил все имевшиеся проблемы до такой степени, что игнорировать их и справиться с ними самостоятельно уже нет возможности. Вместо того, чтобы занимать положение первопроходца, пионера экономического развития, малый бизнес в стране балансирует на грани выживания. Доля малого бизнеса в Российской Федерации в ВВП составляет примерно 20%, в тоже время в развитых странах мира эта цифра превышает данный показатель как минимум вдвое. Разрабатываемая Министерством экономического развития Российской Федерации «Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 г.» предполагает увеличение доли малых и средних предприятий в ВВП в два раза – с 20 до 40%, в 2,5 раза оборота малых и средних компаний по отношению к 2014 г.; в 2 раза оборота на одного работника в секторе по отношению к 2014 г.; доли обрабатывающей промышленности в обороте малого и среднего предпринимательства с 11,8 до 20%; доли занятых в секторе малого и среднего предпринимательства с 25 до 35%. Именно такой бизнес должен стать основой экономики, обслуживающей технологическую модернизацию [1].

Развитие малого бизнеса требует со стороны государства определенных действий. В настоящее время достаточно разнообразно выглядит инфраструктура поддержки малого бизнеса. Среди элементов можно выделить фонды поддержки и фонды местного развития, муниципальные агентства поддержки и развития, информационно-консалтинговые центры по обслуживанию предприятий малого бизнеса, бизнес-инкубаторы, технопарки, информационно-технологические центры, региональные центры инновационного развития. Несмотря на количественное обилие, каждый из элементов поддержки работает в автономном режиме, по собственным критериям, со своей системой оценки и взглядов, не образуя общей взаимосвязанной системы. Предприятия малого бизнеса, в силу своей специфики, очень разнообразны как по спектру деятельности, так и по направленности развития: одни ориентируются на мировые стандарты и дальнейший рост, другие довольствуются «торговой точкой». И вполне очевидно, что система должна быть направлена на поддержку проектов, дающих лучшие результаты, с учетом производительности труда, социального эффекта. Перспективным инфраструктурным элементом поддержки может стать региональный аутсорсинговый центр. Такие функции, как подбор персонала, юридическое сопровождение, бухгалтерский учет и другие, могут быть переданы в аутсорсинг. Обеспечение предпринимателей необходимой информацией может быть достигнуто за счет формирования информационных систем коллективного пользования, создаваемых предпринимателями на некоммерческой основе.

Важным элементом успешности малого предпринимательства является процесс формирования комфортной среды, в которой успешно реализуется предпринимательская инициатива. К современной российской специфике можно отнести часто звучащее в СМИ утверждение, что все ценные специалисты уехали за рубеж. Это в свою очередь затрудняет возвращение уехавших специалистов, создает у них ощущение «выжженной пустыни», а не пусть и трудной, но допускающей возможность работы среды [2, с. 36]. Речь не идет о создании «тепличных» условий или отсутствии конкуренции, важно чтобы предпринимательская деятельность находила поддержку и приветствовалась на всех уровнях как неотъемлемый атрибут процветания страны. При этом поддержка важна не только денежная, но и психологическая, в виде формирования средствами массовой информации позитивного образа молодого человека, способного реализовать свои способности, свой творческий предпринимательский потенциал именно в нашей стране. Уверенность в реализации проекта, вера в успех именно в России возможна лишь только при сочетании многих факторов, среди которых важны абсолютно все, но среди ведущих можно назвать качество и условия жизни, возможность активного сотрудничества с такими же новаторами, активной научной средой, широким кругом потенциальных инвесторов. Формирование положительного инвестиционного климата, благоприятной предпринимательской среды невозможно без учета социального аспекта.

Об эффективности деятельности предприятий малого бизнеса можно судить и по показателям их численности. В целом положительная тенденция на увеличения количественных показателей не свидетельствует о реальном состоянии дел. Преимущества упрощенной системы налогообложения, дающей ряд преференций по сравнению с общей системой, подталкивают предпринимателей к дроблению своего бизнеса, тем самым уменьшая для себя общую финансовую нагрузку. Дробление бизнеса дает возможность и для получения государственной поддержки в качестве начинающих предпринимателей. При этом новой является лишь дата о реги-

страции, а фактически владельцы компаний давно занимаются предпринимательской деятельностью, дробят бизнес для получения льгот и сокращения налогообложения. В итоге численность субъектов малого бизнеса формально увеличивается, но при этом реальная экономическая эффективность снижается. Стремление предпринимателей уйти от чрезмерного фискального государственного воздействия подталкивает их, чаще всего, не к закрытию бизнеса и прекращению экономической деятельности, а к изменению своих взаимоотношений с государством. Легальный малый бизнес с экономической точки зрения стал менее выгодным, чем нелегальный, так как требует от предпринимателя наполнять и государственный, и коррупционный бюджет, в результате чего целые сектора экономики работают в тени. Уход в теневую экономику для многих субъектов малого бизнеса является следствием не склонности всех предпринимателей к преступной деятельности, а порождением, в первую очередь, существующего сегодня в национальной экономике системного кризиса.

Постоянные проверки надзорных организаций стали обычным негативным явлением для предпринимателей. Реализация принятого Государственной думой Российской Федерации закона об освобождении малого бизнеса от проверок с 1 января 2016 г. дает реальный шанс изменить многолетнюю отечественную практику «кошмарить бизнес». Согласно положениям данного закона, устанавливается запрет на осуществление плановых контрольно-надзорных мероприятий по отношению к субъектам малого предпринимательства в течение трех лет, в случае если по итогам предшествующих трех лет не было выявлено нарушений законодательных норм. Государство, безусловно, должно осуществлять постоянный контроль, проверяя соблюдение предприятиями стандартов и правил. Такие проверки, с одной стороны, не должны наносить урон их текущей деятельности, с другой стороны – материально заинтересовывать предприятия в более быстром устранении недостатков, выявляемых контрольными органами. Заблаговременное информирование о плановых проверках со стороны контролирующих органов позволит субъектам малого больше времени и сил уделять своей основной функции, а именно развитию бизнеса. Усиление положительного эффекта от сокращения проверок возможно за счет введения ответственности представителей силовых структур инициировавших незаконные проверки, вплоть до отстранения от должности должностных лиц, ответственных за принятие таких решений.

Правильным шагом в развитии именно инновационной направленности малого предпринимательства можно считать совместную деятельность АО «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства» (корпорация МСП) и государственной корпорации «Ростех». Данное сотрудничество направлено на объединение усилий по созданию полноценной информационной поддержки предпринимателей, обеспечения методической и организационной поддержки по вопросам участия в закупках государственной корпорации. Подобные соглашения о сотрудничестве подписаны с ОАО «НК «Роснефть», государственной корпорацией «Росатом», ПАО «Ростелеком», ОАО «Российские железные дороги», ФГУП «Почта России», ПАО «Россети», что даст возможность увеличить долю закупок у субъектов малого и среднего предпринимательства, в том числе высокотехнологичной и инновационной продукции. В 2016 г. подписание таких соглашений планируется со всеми 35 заказчиками, включенными в утвержденный Правительством Российской Федерации перечень. В результате совместной работы корпорации МСП и заказчиков номенклатура закупок у субъектов малого и среднего предпринимательства расширена в 2,5 раза (на 149%). Так, ранее утвержденные заказчиками перечни товаров, работ, услуг, закупаемых у субъектов малого и среднего предпринимательства, включали 8 427 позиций, в настоящее время – 21 008 позиций [3].

Среди мер, способных позитивно повлиять на деятельность малого предпринимательства, нельзя не отметить субсидирование затрат на проведение маркетинговых исследований, реализации финансовых моделей инвестиционных проектов, разработку бизнес-планов предприятий. Субсидирование ставок по кредитам должно рассматриваться в зависимости от экономической эффективности. Сопоставление лишь размера субсидии и величины уплачиваемых налогов предпринимателем не может в полной мере решить проблемы малого бизнеса. Контролирующие выдачу таких средств государственные структуры, должны рассматривать одновременно с этим качественные и количественные характеристики производимой продукции, конечную цену для потребителей, количество созданных новых рабочих мест, производство импортозамещающей продукции, т. е. давать комплексную оценку множества параметров деятельности предприятия.

Обострилась давняя проблема малого бизнеса связанная с кредитованием. Возросшие трудности в экономике уменьшили доступность к кредитным ресурсам, а для многих предпринимателей рынок заимствований в целом оказался закрыт. Отрицательное влияние оказало по-

вышение учетной ставки Центрального банка России, и как следствие, роста стоимости кредита. Данный шаг безусловно усугубит и без того непростую ситуацию по обслуживанию взятых ранее финансовых обязательств, внедрению новых технологий, повышению конкурентоспособности и декларируемого властью импортозамещения.

Возможно, на фоне высоких ставок банковского кредитования, будет развиваться внебанковское кредитование, предусматривающее предоставление кредита непосредственно от одного участника другому с помощью определенного посредника. Особую надежду возлагать на подобное кредитование малого бизнеса в условиях настороженного отношения предпринимателей к альтернативным формам финансирования не стоит. Участники таких договоренностей с гораздо большим недоверием относятся друг к другу, чем в условиях банковского кредитования. Кроме этого, не приходится надеяться, что процентная ставка будет меньше, в силу большего числа рисков и недоверия. К сожалению, в экономике страны действует большое количество недобросовестных бизнесменов, строящих свой бизнес не на создании нового продукта, повышении качества товара, а на поиске новых способов «относительно честного» изъятия денег у других предпринимателей.

Государству не стоит возлагать надежды на способность малого бизнеса быстро трансформироваться и приспособляться к изменениям и тем самым подталкивать экономику страны к выходу из рецессии без существенного повышения конкурентоспособности, что в свою очередь невозможно без технологического переоснащения на основе расширения инвестиционных возможностей. Для достижения устойчивого экономического развития национальной экономики необходимо изменить государственный подход к регулированию предпринимательской деятельности, что должно включать не только изменения в кредитовании, налогообложении, доступности к государственным закупкам, но, прежде всего, за счет формирования комплексного институционального механизма развития малого бизнеса, учитывающего все возможные аспекты функционирования и развития.

Список использованной литературы

1. **Фомичев, О.** Работа над Стратегией МСП перешла в новую фазу / О. Фомичев // Заседание круглого стола «Стратегия развития малого и среднего предпринимательства как инструмент реализации лучших региональных и муниципальных практик развития МСП» в рамках предпринимательского форума «Малый бизнес – национальная идея?» 19 января 2015 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://economy.gov.ru/minec/about/structure/depmb/20160120>. – Дата доступа : 15.06.2016.

2. **Вихорева, О. М.** Малый инновационный бизнес в российской экономике / О. М. Вихорева, К. С. Инструментов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 6. Экономика. – 2011. – № 5. – С. 27–40.

3. **Общий** планируемый объем закупок крупнейших компаний с госучастием у субъектов МСП на 2016 год составляет более 133 млрд р. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.acgrf.ru/>. – Дата доступа : 25.06.2016 г.

УДК 338.45:642.5

И. И. Гуторова (gutorova.irina05.07@gmail.com),
ассистент

*Белорусский государственный
экономический университет
г. Минск, Республика Беларусь*

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

В статье обосновывается необходимость внедрения в практику деятельности организаций питания инноваций как важнейшего условия развития ресторанного бизнеса в соответствии с мировыми тенденциями.

The article grounds usefulness and necessity of innovation introduction into the activity of catering organizations as essential condition of restaurant business development in line with global trends.

Ключевые слова: общественное питание; ресторанный бизнес; инновации; семейный ресторан; кейтеринг.

Key words: catering consumption; restaurant business; innovations; family restaurant; catering.

Стратегический курс на увеличение объема валового внутреннего продукта в белорусской экономике предусматривает формирование такой модели развития рыночных отношений, которая бы обладала долгосрочным потенциалом динамичного роста и являлась способной обеспечивать последовательное эффективное воспроизводство и модернизацию потребительского рынка, укрепление конкурентоспособности и экономической безопасности страны.

Функционирование объектов общественного питания осуществляется в условиях все возрастающей конкуренции и быстроменяющейся экономической среды, что требует от руководителей организаций принятия своевременных оптимальных управленческих решений. Общественное питание представляет собой отрасль народного хозяйства, основу которой составляют предприятия, характеризующиеся единством форм организации производства и обслуживания потребителей и различающиеся по типам и специализации [1]. Л. И. Кравченко относит общественное питание к одной из основных отраслей сферы обращения, которая выполняет главную социально-экономическую задачу развития нашего общества – удовлетворение материального и культурного уровня жизни народа [2].

Создание новых высокотехнологических производств и интенсивное технологическое обновление базовых секторов экономики на основе технологий V–VI укладов является важнейшим условием успеха инновационного развития Республики Беларусь, ее глобальной конкурентоспособности. Отмечено, что инновации являются одним из важных факторов, способствующих обеспечению доступа к ресурсам и рынкам сбыта на основе реализации потенциальных конкурентных преимуществ белорусской экономики, переходу к интенсивной модели экономического развития при одновременном сохранении ее социальной ориентации [3].

Инновационный путь развития требует современных подходов к развитию всех сфер деятельности, важное место среди которых занимает общественное питание. Учитывая все вышесказанное, важнейшим условием развития национального ресторанного бизнеса и решением финансовых проблем, как свидетельствует опыт успешных рестораторов мира, является диверсификация продукции, товаров, услуг, обслуживания на основе инновационных достижений [4; 5].

По данным проведенного исследования (результатам опроса среди респондентов Гомельского региона), установлено, что в 2015 г. около 65% опрошенных являются постоянными посетителями определенных объектов общественного питания. Было выявлено, что спрос в общедоступных объектах общественного питания зависит от возраста, семейного положения, так и состава семьи, рода занятий и среднедушевого дохода, хотя эти факторы влияют на него не в одинаковой степени. На спрос в общественном питании влияет и род занятий потребителей. Наиболее высока доля пользующихся услугами общественного питания среди студентов (учащихся) – 43%, туристов – 27, руководителей – 30%.

Данные, полученные в результате опроса населения в Гомельском регионе свидетельствуют о том, что посещение общедоступных объектов общественного питания в первую очередь связано с реализацией таких целей, как проведение досуга (23%), празднование торжеств (18%), удовлетворение потребности в пище (15%), деловая встреча (12%), знакомство (9%). Специфика распределяемых целей посещения объектов общественного питания респондентов представлена на рисунке 1.

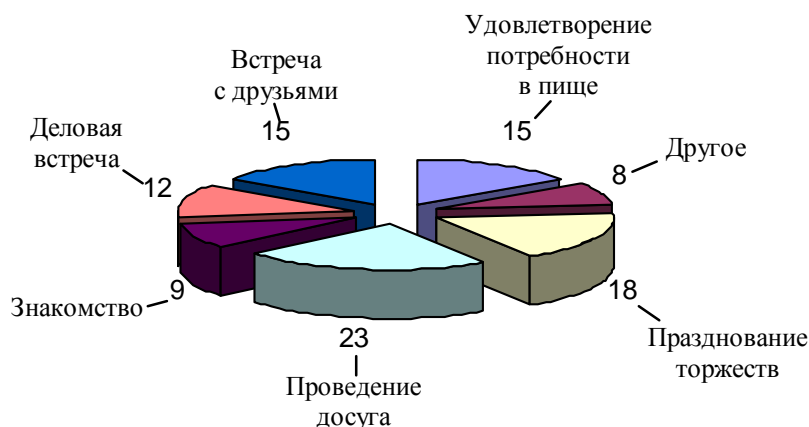


Рисунок 1 – Распределение целей посещения объектов общественного питания среди респондентов, %

Примечание – Источник: собственная разработка автора.

Результаты обработки полученных данных выявили, что наиболее популярными для посещения являются кафе и бары (45 и 30%) (рисунок 2).

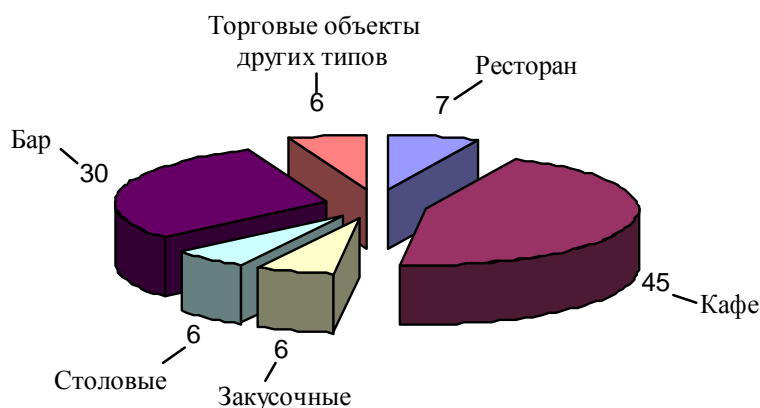


Рисунок 2 – Потребительские предпочтения в выборе типа посещаемого объекта питания, %

Примечание – Источник: собственная разработка автора.

Данное исследование позволило также выявить предпочтительные типы объектов общественного питания для реализации той или иной цели (отдыха, развлечения, общения с друзьями в сочетании с приемом пищи). Около 25% респондентов являются постоянными посетителями одного объекта, для 65% респондентов в первую очередь имеет значение удобное (близкое) расположение, для 16,5% – выбор объекта общественного питания определяется случаем (таблица 1).

Таблица 1 – Предпочтения типов в объектах общественного питания для реализации целей, %

Цели посещения	Типы объектов общественного питания				
	Рестораны	Кафе	Бары	Закусочные	Итого
Удовлетворение потребности в пище	5,1	36,4	4,0	54,5	100,0
Празднование торжеств	37,8	48,9	11,0	2,3	100,0
Встречи с друзьями	9,5	31,8	44,5	14,2	100,0
Проведение досуга	8,2	34,7	49,8	7,3	100,0
Деловые встречи	47,2	36,1	16,7	–	100,0
Знакомства	50,0	25,0	25,0	–	100,0

Примечание – Источник: собственная разработка автора.

Таким образом, спрос на продукцию и услуги общественного питания общедоступной сети в основном носит периодический характер и характеризуется высокой степенью приверженности: более 65% опрошенных являются постоянными посетителями определенных объектов общественного питания. В основном посетители обращают внимание на уровень цен (27% респондентов). Определенное влияние на выбор оказывают созданные на объектах общественного питания комфортные условия (33,5% опрошенных).

Одним из важных показателей, влияющих на спрос потребителей, является уровень цен на продукцию общественного питания и мнение потребителей об их соответствии качеству услуги общественного питания. Оценка уровня цен также отличается от типа объекта общественного питания. Например, большая часть посетителей ресторанов и кафе считает уровень цен высоким или средним, а посетители закусочных в основном считают их средними.

Что касается достаточности числа объектов общественного питания, необходимости открытия новых, их размещения, специализации, то 23,1% опрошенных считают, что их вполне достаточно; 66,3% считают, что объектов недостаточно и 10,6% затруднились оценить наличие сети. Одновременно было выявлено, какие объекты и в каких районах города, по мнению респондентов, необходимо открывать (таблица 2).

Таблица 2 – Перспективы открытия общедоступных объектов общественного питания в г. Гомеле, %

Район города	Типы объектов общественного питания					
	Рестораны	Кафе	Бары	Закусочные	Столовые	Магазины кулинарии
Центральный	28,5	21,8	26,0	25,0	–	25,0
Железнодорожный	25,0	21,6	22,0	27,0	–	25,0
Новобелицкий	18,0	35,0	24,0	23,0	–	25,0
Советский	28,5	21,6	28,0	25,0	–	25,0
г. Гомель	100,0	100	100,0	100,0	–	100,0
Примечание – Источник: собственная разработка автора.						

При этом 65% респондентов считают, что в основном имеется потребность в ресторанах, 25% – в барах. Перспективными направлениями выбора кухни можно назвать белорусскую, французскую, китайскую, а также многонациональную. Среди районов города целесообразнее развивать сеть в Новобелицком, Советском и Центральном районах.

Так, наиболее популярными объектами с позиции развития сети определены рестораны с национальной кухней: 25% опрошенных считают целесообразным делать акцент при развитии сети именно на этот сегмент. Кроме того, будут востребованы такие объекты общественного питания, как кафе-пиццерия, кафе-мороженое, семейные рестораны. Определено, что развитие ресторанного бизнеса должно проходить на инновационной основе.

По результатам исследования, нами было рекомендовано при развитии общественного питания в Гомельском регионе отдавать предпочтение развитию сегмента «демократичных ресторанов», кейтеринга, а также новых форматов в сфере общественного питания: free flow («свободное перемещение»); quick & casual – промежуточное положение между предприятиями быстрого питания (quick service) и традиционными ресторанами (casual dining), foodcourt (ресторанный дворик), кофейни, food in fun, fun food, фреш-бар, front cooking и т. д.

Список использованной литературы

1. **Радченко, Л. А.** Организация производства на предприятиях общественного питания / Л. А. Радченко. – Ростов н/Д : Феникс, 2001. – 352 с.
2. **Кравченко, Л. И.** Анализ хозяйственной деятельности в торговле / Л. И. Кравченко. – 5-е изд., перераб. и доп. – Минск : Выш. шк., 2000. – 430 с.
3. **Короленок, Г. А.** Инновации как фактор повышения конкурентоспособности белорусской продукции / Г. А. Короленок, Н. П. Пономарева // Науч. труды Бел. гос. экон. ун-та. – Вып. 6. – Минск : БГЭУ, 2013. – 562 с.
4. **Валевич, Р. П.** Инновации в общественном питании: необходимость, реальность, перспективы / Р. П. Валевич, С. О. Белова // Потребит. кооп. – 2011. – № 4 (35). – С. 41–48.
5. **Гуторова, И. И.** Концептуальные основы инновационного управления сферой общественного питания / И. И. Гуторова // Торговля в XXI веке: тенденции развития, инновации : материалы междунар. науч.-практ. конф., Гомель, 11–12 октября, 2007 г. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2007.

ОЦЕНКА РОЛИ СОЦИАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

В работе осуществлена оценка роли социальных инноваций в процессе повышения конкурентоспособности человеческого капитала на примере различных сегментов жизнедеятельности населения Донецкого региона. Обоснована необходимость более тщательного подхода к выбору и применению социальных инноваций с ориентацией на достижение положительного результата, что требует разработки адекватного механизма с использованием рычагов управления социальными инновациями.

It was realized the assessment of a role of social innovations in processes of increase of competitiveness of the human capital on an example of various segments of ability to live of the population of Donetsk region. It was justified the indispensability of the thoroughgoing approach to a choice and application of social innovations with orientation to achievement of positive result that requires development of the adequate mechanism with use of levers of management by social innovations.

Ключевые слова: социальные инновации; человеческий капитал; конкурентоспособность; социально-трудовые отношения; управление.

Key words: social innovation; human capital; competitiveness; social and labor relations; management.

В современных условиях выбор направлений привлечения социальных инноваций и их внедрение не является достаточным условием для получения положительных изменений в развитии человеческого капитала и возможности наращивания его конкурентных преимуществ. В качестве примера, подтверждающего данное заключение, можно привести проект нового Трудового кодекса Украины, который предусматривал ряд инноваций, однако игнорировал право человека не только на отдых, но и на здравоохранение. Аналогичная ситуация сложилась и в системе здравоохранения: неудачные инновации не только не улучшили доступ населения к качественным медицинским услугам, но и привели к ухудшению состояния медицинского обслуживания населения в целом. Многочисленные инновации в системе образования также не стали инструментом повышения качества знаний в условиях сохранения зависимости количества преподавателей от контингента студентов, а так же низкой оплаты труда педагогов.

Одной из причин возникших противоречий является отсутствие эффективной системы оценки и диагностики социальных инноваций. Между тем эти вопросы требуют особого внимания и изучения. Важно понимать характер изменений, грамотно оценивать их влияние на человеческий капитал, изменения его конкурентоспособности, прогнозировать последствия внедрения социальных инноваций для качественных характеристик населения. Это свидетельствует о том, что процессы внедрения социальных инноваций требуют предварительной экспертизы, тщательного анализа с точки зрения их последствий для повышения конкурентоспособности человеческого капитала.

Изучением данной проблематики занимались В. Антонюк, М. Ведерников, Е. Гришнова, Ю. Зайцев, Л. Емельяненко, А. Колот, И. Кравченко, Г. Назарова, А. Левченко, Д. Мельничук, И. Петрова, М. Романюк, В. Савченко, Л. Шевчук и другие. Однако, несмотря на значительные наработки исследователей в этом направлении, отсутствует эффективная система оценки социальных инноваций. Актуальность указанной проблемы обусловила выбор направления и цели исследования.

Целью публикации является осуществление оценки роли социальных инноваций в процессах повышения конкурентоспособности человеческого капитала на примере различных сегментов жизнедеятельности населения Донецкого региона.

Анализ социальных инноваций в различных сферах формирования и функционирования человеческого капитала был осуществлен за счет привлечения экспертов из числа ученых учреждений высшего образования и аналитической информации главного управления статистики Донецкого региона.

Теоретико-методические основы проведения анализа социальных инноваций базируются на теоретических положениях, представленных в работах Е. Гришновой и А. Колота [1]. В рамках реализации данного подхода были выделены следующие факторы воздействия: политические, законодательные, организационные, управленческие, финансовые, экономические, социальные, экологические, гуманитарные, информационные, коммуникативные, психологические и др. Особое внимание было сосредоточено на социальных факторах, которые были классифицированы по характеру воздействия на конкурентоспособность человеческого капитала (стимулирующие повышение конкурентоспособности, стабилизирующие уровень конкурентоспособности и сдерживающие развитие конкурентоспособности).

Различные социальные инновации в процессе производства могут иметь как положительное, так и отрицательное воздействие. При этом важно оценить уровень конкурентоспособности человеческого капитала до и после внедрения инноваций. С этой целью рассматривались укрупненные сегменты социальных инноваций на уровне региона:

- организация труда, управление трудом;
- социализация человека на различных этапах жизни, гуманизация социально-трудовых отношений;
- информатизация трудовых и социальных процессов, коммуникации;
- политическая и морально-этическая сфера трудовых отношений.

Основываясь на теоретических и практических представлениях, для каждого сегмента внедрения социальных инноваций можно осуществить отдельную оценку последствий социальных инноваций, учитывая степень их положительного или отрицательного воздействия [2]. В качестве балльных оценок были применены значения от 0 до 100.

Привлекая экспертов для оценки роли социальных инноваций в повышении конкурентоспособности человеческого капитала с учетом их последствий для различных сегментов жизнедеятельности населения в Донецком регионе, была принята гипотеза, что диапазоном оценок будет охвачен уровень от «слабо осязаемое воздействие» (40 баллов) до «безусловное существенное воздействие» (100 баллов). Результаты экспертной оценки приведены в таблице.

Результаты экспертной оценки влияния социальных инноваций на повышение конкурентоспособности человеческого капитала, баллов

Укрупненный сегмент	Результаты ранжирования экспертов									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Факторы, оказывающие положительное воздействие</i>										
Организация и управление трудом	90	80	90	80	100	70	90	80	80	90
Социализация и гуманизация социально-трудовых отношений	60	50	50	60	70	50	60	70	60	60
Информатизация и коммуникации	70	80	80	60	80	70	70	60	80	80
Политическая и морально-этическая сфера	50	50	60	70	70	50	50	60	50	50
<i>Факторы, оказывающие отрицательное воздействие</i>										
Организация и управление трудом	70	60	80	100	90	60	70	90	80	70
Социализация и гуманизация социально-трудовых отношений	50	50	40	60	50	60	50	60	50	50
Информатизация и коммуникации	70	60	60	50	50	50	60	50	50	50
Политическая и морально-этическая сфера	70	60	80	80	70	60	70	70	80	70
Примечание – При ранжировании факторов использовалась следующая балльная шкала: 100 баллов – безусловное существенное воздействие; 90 – существенное воздействие; 70 – значительное воздействие; 60 – воздействие осязаемо; 50 – воздействие слабо осязаемо; 40 – воздействие мало осязаемо; 30 – воздействие ослабленное; 20 – воздействие практически не осязаемо; 10 – воздействие практически нет; 0 баллов – воздействие отсутствует даже теоретически.										

Данные таблицы свидетельствуют о необходимости применения взвешенного подхода к выбору и применению социальных инноваций с ориентацией на достижение ожидаемого положительного результата. Особенно это касается сегмента «Политическая и морально-этическая сфера».

Оценка расхождения в действии факторов положительного и отрицательного воздействия показала, что преимущество принадлежит факторам сегмента «Организация и управление трудом» (28,9; 27,6%). Им уступают факторы сегмента «Социализация и гуманизация социально-трудовых отношений» (24,6%; 21,0%). Итоги анализа позволяют сделать следующие выводы:

- факторы положительного воздействия уравновешены последствиями воздействия на конкурентоспособность человеческого капитала факторами негативного воздействия (расхождение по укрупненным сегментам составляет от 0,6 до 4,7%);

- для сегментов «Организация и управление трудом», «Социализация и гуманизация социально-трудовых отношений», «Информатизация и коммуникации» со стороны факторов наблюдается большее положительное воздействие;

- для сегмента «Политическая и морально-этическая сфера» наблюдается противоположное: наиболее существенное влияние оказывают факторы негативного воздействия.

Социальные инновации и их оценка должны обязательно касаться процессов управления. Поэтому инновационность должна охватывать как разработку стратегий социально-экономического развития Донецкого региона в целом, так и разработку стратегий повышения конкурентоспособности человеческого капитала в частности. К таким стратегиям относятся стратегия «преследования», стратегия «заимствования лидирующих технологий», стратегия «упреждения». Первая из указанных стратегий является наименее рискованной, поскольку позволяет избежать ошибок и неопределенностей, повторяя уже пройденные другими объектами этапы и особенности развития; вторая – более рискованная, поскольку, копируя «лидера» невозможно избежать рисков; третья – наиболее рискованная, поскольку, предвидя «прорыв», невозможно предсказать и предотвратить неопределенные условия социально-экономического развития.

В процессе оценки роли социальных инноваций необходимо учитывать, что деятельность инновационного содержания подчинена диффузии, переходя из одной стадии инновационного процесса в другую. Можно выделить пять таких стадий: стадию осведомленности (генератор инновации идентифицирует идею как новую, но без достаточной для этого информационной аргументации); стадию интереса (индивид заинтересован идеей и охвачен поиском дополнительной информации); стадия оценивания (принимается решение оценки возможного положительного эффекта от реализации идеи в ближайшем будущем); стадия апробации; стадия усвоения и реализации идеи [3]. Социальными инновациями могут быть охвачены сами стадии, направляя развитие первичной идеи-сигнала в ту или иную сторону. Этот процесс может привести к различного рода результатам в зависимости от специфики профессиональной деятельности человека, его профессиональных качеств и таланта.

Анализ влияния социальных инноваций на повышение конкурентоспособности человеческого капитала должен стать со временем более востребованным за счет новых форм и способов работы с информацией, развития информационных технологий и средств коммуникации. Развиваясь, общество трансформируется, приобретая черты нового этапа развития – общества знаний, информационного общества, общества с новой экономикой и новыми общественными отношениями. Интеграция с инфосферой должна стать особым локомотивом внедрения социальных инноваций, поскольку это ускорит появление новых форм организации информационных процессов и обеспечения государственной инновационной политики [4].

В условиях предстоящих перспектив системному решению на новой основе должно быть подчинено управление документами, которые свидетельствуют о внедрении различных социальных инноваций; управление веб-контентом, архивами, цифровыми правами, коммуникационное сотрудничество в качестве особой формы социально-трудовых отношений.

Следует отметить, что возможности объективной оценки роли нововведений, в частности социальных инноваций в повышении конкурентоспособности человеческого капитала, должны базироваться на учете роли новой идеи. В процессе анализа следует учитывать эффект от любых инноваций и, прежде всего, от социальных. Проблемы чаще возникают при дифференциации эффекта от новизны идеи, в результате которой эффект был достигнут, поскольку он может быть следствием другой, отчасти и не новой идеи.

С момента объединения информационного пространства планеты, вызванного влиянием Интернета, рычаги воздействия на социально-экономическое развитие, в частности на повышение конкурентоспособности человеческого капитала, существенно расширились благодаря возможности вмешательства через социальные сети в социум, в рамках которого осуществляет деятельность отдельный индивид. Человек испытывает постоянное воздействие не только посредством коммуникационных процессов с окружающими, но и со стороны виртуального пространства, или так называемой «информационной пыли». Поэтому анализ роли социальных инноваций в повышении конкурентоспособности человеческого капитала важен как на современном этапе, так и в будущем.

Что касается телекоммуникационных технологий, то, считая их сегодня основным фактом развития мировой и национальных экономик, к их весомым особенностям можно отнести потерю для экономики значений географических границ, внедрение новейших средств передачи, принятия, обработки, визуализации информации. На очереди создание новой социальной сети, которая бы способствовала социально-экономическому развитию, где роль социальных инноваций трудно переоценить. Такая сеть, представляя собой глобальную информационную инфраструктуру, объединяет существующие информационно-коммуникационные сети с компонентами, включая планируемые к внедрению, которые способны обеспечить широкий спектр коммуникационных услуг гарантированного качества независимо от спроса и инновационности потребностей. Основой формирования данной сети являются процессы конвергенции, взаимное проникновение (вплоть до полного слияния) сетей коммуникаций, компьютерной техники, информационных средств. Процесс регулирования ситуации, когда до этого разделенные технологии (голос, радио, телефон, видео) объединяют ресурсы и взаимодействуют друг с другом, уже сегодня вызывает новый синергетический эффект, обуславливая появление новой парадигмы доступа к информации, используемой по принципу «в любое время, в любом месте, с любого устройства», свойственную социальным инновациям в части межперсонифицированной связи, доступа человека к содержанию информации – контента, содержания информации – к человеку.

Управление социальными инновациями с позиции повышения конкурентоспособности человеческого капитала, где средствами регулирующего воздействия выступают возможные новые изменения в формировании достойного уровня жизни населения, представляется наиболее эффективным и рациональным. Указанное включает в себе обеспечение эффективной занятости населения, создание стимулирующего пространства для наращивания конкурентных преимуществ в развитии человеческого капитала, обогащении и реализации творческих потенций в сфере труда.

Таким образом, анализ роли социальных инноваций в процессах повышения конкурентоспособности человеческого капитала на примере различных сегментов жизнедеятельности населения и обосновал необходимость формирования более тщательного подхода к выбору и применению социальных инноваций с ориентацией на достижение ожидаемого положительного результата, что требует разработки адекватного механизма с рычагами управления социальными инновациями.

Список использованной литературы

1. **Колот, А. М.** Соціально-трудо́ві відносини: теорія і практика регулювання : моногр. / А. М. Колот.– К. : КНЕУ, 2005. – 230 с.
2. **Семикина, А. В.** Методические подходы к оценке конкурентоспособности персонала / А. В. Семикина // Современные технологии управления : материалы междунар. научн. конф., Москва, 14–15 июля 2014 г. / Киров : МЦНИП, 2014. – С. 1428–1442.
3. **Амоша, О. І.** Активізація інноваційної діяльності: організаційно-правове та соціально-економічне забезпечення : моногр. / О. І. Амоша, В. П. Антонюк, І. В. Землянків. – Донецьк : НАН України, Ін-т економіки пром-ті, 2007. – 328 с.
4. **Хафизова, Г. С.** Развитие инновационности и конкурентоспособности человеческого капитала / Г. С. Хафизова // Креативная экономика. – 2012. – № 1 (61). – С. 72–82.

СИСТЕМА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

В статье рассмотрены системы обеспечения экономической безопасности, характерные для таких стран, как Республика Беларусь, Российская Федерация, США, Германия, Франции, Великобритания.

The article considers the system of economic security characteristic of countries such as Republic of Belarus, Russian Federation, USA, Germany, France, UK.

Ключевые слова: национальные интересы; система обеспечения экономической безопасности; внутренние и внешние вызовы; Концепция национальной безопасности; Стратегия Национальной безопасности.

Key words: national interests; the system of economic security; internal and external challenges; the national security Concept; the National security Strategy.

В Республике Беларусь основным программным документом в области обеспечения экономической безопасности является Концепция национальной безопасности Республики Беларусь (далее – Концепция), которая является методологическим базисом при разработке основных законодательных и иных нормативно-правовых актов в области экономической составляющей национальной безопасности. В указанной концепции заложен механизм обеспечения экономической безопасности, организуемый субъектами безопасности – государственными органами управления. Государственным органам власти отводится главная роль в функционировании всей системы.

В соответствии с Концепцией общее руководство осуществляется Президентом Республики Беларусь, который реализует свои полномочия через рабочий орган Совета Безопасности Республики Беларусь – Государственный секретариат Совета Безопасности Республики Беларусь и Совет Министров Республики Беларусь, осуществляющий разработку концептуальных подходов системы обеспечения национальной (а значит и экономической безопасности), на их основе формирует конкретные меры и контролирует их реализацию. Свои задачи Совет Министров реализует, делегируя часть полномочий отраслевым подсистемам – министерствам, ведомствам и территориальным подсистемам – областным исполнительным комитетам и Минскому горисполкому.

Ключевым понятием Концепции является понятие «национальные интересы», которое показывает, какая конкретная область жизнедеятельности личности, общества и всего государства защищается.

Главными интересами в экономике, согласно Концепции, являются:

- экономический рост и повышение конкурентоспособности белорусской экономики на основе ее структурной перестройки, устойчивого инновационного развития, инвестиций в человеческий капитал, модернизации экономических отношений, снижения себестоимости, импортоемкости и материалоемкости производимой продукции;
- сохранение устойчивости национальной финансовой и денежно-кредитной систем;
- обеспечение недискриминационного доступа на мировые рынки товаров и услуг, сырьевых и энергетических ресурсов;
- достижение уровня энергетической безопасности, достаточного для нейтрализации внешней зависимости от поступления энергоносителей;
- поддержание гарантированного уровня продовольственной безопасности;
- трансфер современных технологий в экономику страны преимущественно за счет прямых иностранных инвестиций, доступность зарубежных кредитных ресурсов [1].

К функциям Министерства финансов Республики Беларусь и Министерства экономики Республики Беларусь относится подготовка бюджета государства, а также контроль за его исполнением и необходимая организация, координация внешнеэкономической деятельности, оказание необходимого содействия отечественным организациям-экспортерам при продвижении товаров (работ, услуг) на внешние рынки [2; 3].

В настоящее время в Российской Федерации на государственном уровне отсутствует единая целостная система обеспечения экономической безопасности. При этом основным органом власти в сфере экономической безопасности является Федеральное Собрание Российской Федерации, которое на федеральном уровне принимает законы, относящиеся ко всем сферам социально-экономического развития государства.

Правительство Российской Федерации занимается следующим:

- организацией и контролем за разработкой и реализацией основных мероприятий по обеспечению безопасности министерствами и государственными комитетами республик Российской Федерации, краев, областей, автономной области и автономных округов;
- принятием мер по защите внутреннего рынка страны;
- разработкой программ развития экономической деятельности государства (в том числе внешнеэкономической);
- принятием решений о проведении переговоров и подписании международных договоров;
- управлением федеральной собственностью (в том числе зарубежной);
- иными действиями, которые, в конечном счете, сводятся к проведению единой экономической политики Российской Федерации.

Ключевую роль также играет Совет Безопасности Российской Федерации, который определяет экономические интересы России в экономике, выявляет внутренние и внешние угрозы объектов безопасности, организует подготовку основных федеральных программ в области обеспечения экономической безопасности.

При Совете Безопасности имеется отдел мониторинга, который сотрудничает с ведущими научно-исследовательскими организациями и предприятиями с целью систематизации и обработки аналитической информации, полученной в ходе мониторинга экономической безопасности, ускорения и совершенствования данного процесса [4].

Что касается обеспечения экономической безопасности в США, то можно отметить, что в связи с наличием существенных отличий в целях и интересах США и Республики Беларусь в экономической сфере крайне сложно провести между ними параллели.

Отметим, что основным документом в области обеспечения экономической безопасности США является Стратегия национальной безопасности США, в которой определены все необходимые сведения и порядок действия для обеспечения реализации экономических интересов США, в том числе за рубежом.

В соответствии со Стратегией национальной безопасности США решения в области национальной, а значит и экономической безопасности принимает Президент США, полномочия которого определены в Конституции США, а также в действующем законодательстве страны. Президент при этом наделен правом использовать все имеющиеся экономические и военные ресурсы для защиты национальных экономических интересов.

Основной структурой в системе обеспечения национальной безопасности США является Разведывательное сообщество США, созданное в 1971 г. и насчитывающее более 150 тыс. сотрудников. Его главная функция состоит в обеспечении руководства страны достоверной и полной информацией при решении задач внешней политики, использования вооруженных сил, принятии решений в кризисных ситуациях, а также при осуществлении руководства вооруженными силами в военное время. В структуру Разведывательного сообщества США входят:

- Центральное разведывательное управление (ЦРУ);
- Государственный департамент;
- Министерство энергетики;
- Министерство финансов;
- Федеральное бюро расследований (ФБР);
- Разведывательное управление министерства обороны;
- Управление национальной безопасности;
- разведывательные органы видов вооруженных сил [5].

В стратегии национальной безопасности США, прежде всего, формулируются национальные цели, на достижение которых направлена национальная стратегия администрации США.

В экономической сфере акцентируется внимание на необходимости усиления мер по борьбе с промышленным шпионажем, подрывающим основы свободной конкуренции.

Отметим, что в стратегии национальной безопасности США практически отождествляется национальная и международная экономическая безопасность. По мнению автора, это можно

объяснить не только глобальным характером американских интересов и присутствием, но и глобальным подходом к их защите от угроз.

В ходе анализа зарубежной литературы и основополагающих документов в области экономической безопасности можно сделать вывод, что экономическая безопасность в Европейском Союзе (ЕС) относится к позиции объединения в мировую экономическую систему. При этом ЕС пропагандирует значимость экономической интеграции для формирования значительного уровня конкурентоспособности в условиях протекающих процессов глобализации. Отметим, что когда страны-участницы объединения действуют не от имени ЕС, а самостоятельно, то они имеют меньше компетенций и ресурсов в сравнении с другими странами, которые не состоят в интеграционных объединениях. Путем взаимобмена ресурсами достигается так называемый эффект синергии, который обеспечивает ЕС высоким уровнем конкурентоспособности и экономической безопасности. Главная цель обеспечения экономической безопасности в ЕС – формирование полностью интегрированной Европы с одинаковым уровнем жизни во всех странах, входящих в объединение.

В Германии не разработан отдельный закон или основополагающий документ экономической безопасности. На практике система ее обеспечения строится через реализацию законов, регламентирующих наиболее важные области экономической деятельности. Основные интересы Германии в области экономической составляющей национальной безопасности, как ни странно, представлены в форме официальной директивы министерства обороны.

Приоритетами в области экономической безопасности выступают: создание экономического прогресса, защита от экономического шантажа, обеспечение свободы внешнеторговой деятельности и доступа к необходимым сырьевым ресурсам. Во внутриэкономической безопасности преследуется цель обеспечить здоровое экономическое развитие экономики, материальное и социальное благополучие населения, во внешнеэкономической – стабильность и совершенствование рынков сбыта.

Основными методами реализации намеченных целей являются поддержание здоровой конкуренции и рыночных отношений путем демополизации рынков, а также поддержание стабильности национальной валюты.

Во Франции под защитой экономической безопасности понимается упреждение и нейтрализация экономических угроз путем разработки принципиально новых схем, адаптации существующих принципов международной безопасности и организации взаимовыгодного сотрудничества между национальными экономиками различных государств.

Основным документом в области экономической безопасности является закон о национальной безопасности от 1964 г. [6]. В соответствии с ним национальная экономическая безопасность понимается как создание благоприятных внутренних и внешних условий для повышения национального благосостояния и укрепления экономического потенциала страны.

С этой целью во Франции уделяется внимание снижению уязвимости национальной экономики и сохранению экономического фундамента самостоятельной внешней политики. К таким критериям относятся:

- устранение серьезных диспропорций в уровне экономического развития субъектов хозяйствования;

- недопущение чрезмерной внешней зависимости в важнейших секторах экономики;

- сведение к минимуму рисков, связанных с зависимостью от внешнего мира [6].

Изучая Стратегию национальной безопасности Великобритании, можно сделать вывод, что в Великобритании, также как и во многих других западных странах, существует четкая взаимосвязь между экономической и военной безопасностью. Оба этих вида национальной безопасности базируются на формировании национальных интересов и реализацию их приведения в жизнь и защит от угроз. При этом под национальными интересами в области экономики понимаются такие интересы всех граждан страны в целом, которые имеют наибольшую значимость в системе общественных ценностей.

Вызовы, стоящие перед экономикой в соответствии со Стратегией национальной безопасности Великобритании, делятся на внутренние и внешние, что в какой-то степени напоминает структуру Концепции национальной безопасности Республики Беларусь. Затем происходит ранжирование угроз в зависимости от важности и возможности их реального негативного воздействия. Это позволяет управленческому аппарату Великобритании фокусироваться на наиболее острых вопросах экономической безопасности национальной экономики. При этом основной опорой государства в области обеспечения национальных экономических интересов остается малый и средний бизнес, что, по мнению автора, могло бы быть использовано при вы-

полнении определенных условий и в нашей отечественной практике. Помимо этого в стране существует поддержка со стороны крупных организаций, участвующих в разработке направлений обеспечения безопасности. Среди них можно отметить следующее:

- Конфедерацию британской промышленности;
- Совет по торговле с Восточной Европой;
- специализированные организации, представляющие интересы промышленников и предпринимателей [6].

Руководство Италии также уделяет большое внимание обеспечению национальных экономических интересов. Прежде всего, это выражается во внешнеэкономической экспансии, которая осуществляется через экономическую и технологическую экспансию к зарубежным партнерам.

Здесь, как и в Германии, упор делается на максимальное присутствие итальянских товаров на зарубежных рынках и снижение зависимости от внешних источников энергоресурсов.

Таким образом, можно сделать вывод, что, несмотря на имеющиеся различия в целях и методах обеспечения экономической безопасности стран и юридическом ее обеспечении, в основном основополагающие документы в области обеспечения экономической безопасности формируются на основе положений Концепции национальной безопасности ООН [7, с. 47]. При этом уровень защищенности экономической безопасности зависит от многих факторов. Для обеспечения возможности противостоять угрозам странами предпринимаются попытки по максимальному расширению своей внешнеэкономической деятельности, обеспечению достойного уровня жизни населения и соблюдению его неотъемлемых экономических прав и свобод. Для реализации этих направлений абсолютно точно необходимо понимать сущность экономической безопасности на всех ее уровнях.

Безусловно, адаптация зарубежных моделей экономической безопасности для Республики Беларусь является крайне сложной. Стоит основываться не на копировании каких-то отдельных зарубежных параметров, а на поэтапном внедрении специально разработанных инструментов и методов, разработке специальной концепции или стратегии безопасности в области экономики. Должна быть сформирована идеология, ядром которой будет являться обеспечение безопасности на всех ее уровнях, а не только на государственном. В качестве задач должно быть определено достижение устойчивого развития экономики путем повышения ее конкурентоспособности, совершенствование законодательных актов и формирование правовых основ обеспечения безопасности в области экономики. Только сильная экономика позволяет успешно защищать национальные интересы в условиях глобализации.

Список использованной литературы

1. **Концепция** национальной безопасности Республики Беларусь : утв. Указом Президента Респ. Беларусь от 9 нояб. 2010 г. № 575 : в ред. Указа Президента Респ. Беларусь от 30 дек. 2011 г. № 621 // Нац. Интернет-портал Респ. Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.
2. **Положение** о Министерстве экономики Республики Беларусь : утв. постановлением Совета Министров Респ. Беларусь от 29 июля 2006 г. № 967 // Нац. Интернет-портал Респ. Беларусь [Электронный ресурс] // Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.
3. **Вопросы** Министерства финансов Республики Беларусь : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 31 окт. 2001 г. № 1585 // Нац. Интернет-портал Респ. Беларусь [Электронный ресурс] // Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.
4. **Работа** Правительства Российской Федерации по функциям и отраслям // Официальный сайт Правительства Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://government.ru/govworks/>. – Дата доступа : 20.06.2016.
5. **The structure** of the office of the Director of National Intelligence // United States Intelligence Community website [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.intelligence.gov/mission/structure.html>. – Data of access : 20.06.2015.
6. **Анализ** опыта стран Европейского Союза в сфере обеспечения национальной экономической безопасности / Global international scientific analytical project [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://gisap.eu/ru/node/172>. – Дата доступа : 20.06.2016.
7. **Экономическая** безопасность: теория, методология, практика / П. Г. Никитенко [и др.] / Институт экономики НАН Беларуси ; под науч. ред. П. Г. Никитенко, В. Г. Булавко. – Минск : Право и экономика, 2009. – 481 с.

**РЕПУТАЦИОННЫЕ АКТИВЫ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ:
ОПРЕДЕЛЕНИЕ, КЛАССИФИКАЦИЯ, СТОИМОСТНАЯ ОЦЕНКА**

Мировой финансовый кризис 2008 г., а также последовавшая за ним рецессия мировой экономики показали, что для поддержания финансовой устойчивости организации все большую роль приобретают не конкретные материальные и нематериальные активы, а инструменты коммуникаций с заинтересованными лицами. По мнению Г. Морган, С. Бострома, именно умение сохранить «добрые отношения с группами заинтересованных лиц, позволяет бизнесу пережить переломные моменты, которые изменяют конъюнктуру рынка, приоритеты и вынуждают некоторых агентов покинуть его» [1, с. 91]. Целью статьи является определение понятия «репутационные активы», обоснование их классификации и разработка алгоритмов стоимостной оценки.

The global financial crisis of 2008 year and the subsequent recession of the world economy have shown that in order to maintain the financial stability of the organization increasingly important role not acquire specific tangible and intangible assets, but communication tools with the stakeholders. According to G. Morgan, S. Bostrom, the ability to maintain “good relations with stakeholders” groups allow businesses to survive the crucial moments that change market conditions, priorities and force some agents to leave it” [1, p. 91]. The aim of the article is to define the concept of “reputational assets”, the rationale for their classification and development of valuation algorithms.

Ключевые слова: деловая репутация; репутационный актив; бизнес-процессы; нематериальные активы; деривативы.

Key words: business reputation; reputation asset; business-process; intangible assets; derivatives.

Эволюция PR-деятельности организации обозначила активное использование деловой репутации как фактора максимизации рыночной стоимости бизнеса, что во многом обусловило появление нового понятия «репутационный актив». В настоящее время мнения ученых и менеджеров в части выделения репутационных активов в качестве самостоятельного объекта управления разнятся.

Теоретически выделение репутационных активов в качестве самостоятельного объекта управления целесообразно, поскольку их свойства во многом соответствуют бухгалтерской категории «активы», но с позиции практики отражение и оценка репутационных активов возможна только в управленческом учете (таблица 1).

Таблица 1 – Научно-теоретический и управленческий подходы к определению понятия «репутационный актив»

Научно-теоретический подход		Управленческий подход	
Автор	Определение	Автор	Определение
Y. Ding, J. Richard, H. Stolowy	Репутационные факторы, которые целенаправленно используются для получения доходов [2, с. 721]	J. Dalton S. Croft	Совокупность имиджевых факторов формирования доляльного отношения к бизнесу, которые способствуют максимизации доходности в краткосрочном периоде и инвестиционной привлекательности в долгосрочном периоде [6, с. 183]
W. Raub, J. Weesie	Внутренне структурированная деловая репутация, которая осознанно используется в конкурентной борьбе [3, с. 651]	L. Edvinsson, M. Malone	Коммерциализированная часть деловой репутации, которая объясняет превышение рыночной стоимости бизнеса над балансовой стоимостью активов [7, с. 651]
K. Weigelt, C. Camerer	Группа «мягких» активов, которая принципиально не может иметь прямой денежной оценки, неотделимы от создавшей их организации и не могут существовать самостоятельно за пределами организации [4, с. 443]	А. Н. Асаул	Элемент хозяйственной рекламы, отражающий долгосрочные конкурентные преимущества данного бизнеса по сравнению с его аналогами [8, с. 234]
R. Sanchez	Новый нематериальный актив, появившийся в результате коммерциализации принципов и ценностей ведения бизнеса [5, с. 164]	Г. Десмонд	Совокупность неидентифицируемых в учете элементов бизнеса или персональных качеств, которые стимулируют клиентов пользоваться услугами организации, что приносит ей сверхприбыль, а также максимизирует рыночную стоимость для сделок M&A [9, с. 181–182]
Примечание – Источник: собственная разработка автора.			

Таким образом, понятие «репутационный актив» может быть определено с научно-теоретической и управленческой позиций. С позиции первого подхода, репутационный актив – это определенная надстройка деловой репутации, которая стала возможна в результате процесса коммерциализации идеологических аспектов ведения бизнеса, которая при наличии регулярной работы с ценностно-нормативными предпочтениями заинтересованными лицами способна генерировать избыточную экономическую ценность (в краткосрочном периоде) и способствовать максимизации рыночной стоимости бизнеса (в долгосрочном периоде).

С позиции второго подхода, репутационный актив может быть определен как совокупность элементов хозяйственной рекламы, которые по отдельности не идентифицируются в учете, но стимулируют клиентов пользоваться продукцией или услугами организации, а стейкхолдеров – поддерживать и сохранять лояльное отношение к ее деятельности, что с одной стороны обеспечивает получение дополнительных прямых и косвенных экономических выгод.

Процесс формирования репутационных активов проходит в три этапа. На первом этапе организация определяет свои наиболее сильные имиджевые факторы, которые подчеркивают уникальность стиля ее работы и оказывают воздействие на подсознательные ценностные установки индивидов (статус, отличие, уникальность). На втором этапе с выбранными факторами начинается регулярная пропагандистская работа, которая должна сформировать в сознании стейкхолдеров устойчивое представление о ценностях, принципах и правилах взаимодействия с заинтересованными лицами. На третьем этапе, если организация подтверждает практической деятельностью объявленные стейкхолдерам задачи и цели, а также следует утвержденным ценностям и принципам поведения и взаимодействия с заинтересованными лицами, имиджевые аттракторы трансформируются в стабильные источники генерирования клиентской лояльности и верности бизнесу (рисунок 1).



Рисунок 1 – Процесс создания репутационных активов

Примечание – Источник: собственная разработка автора.

На рисунке 2 приведена классификация репутационных активов организации.

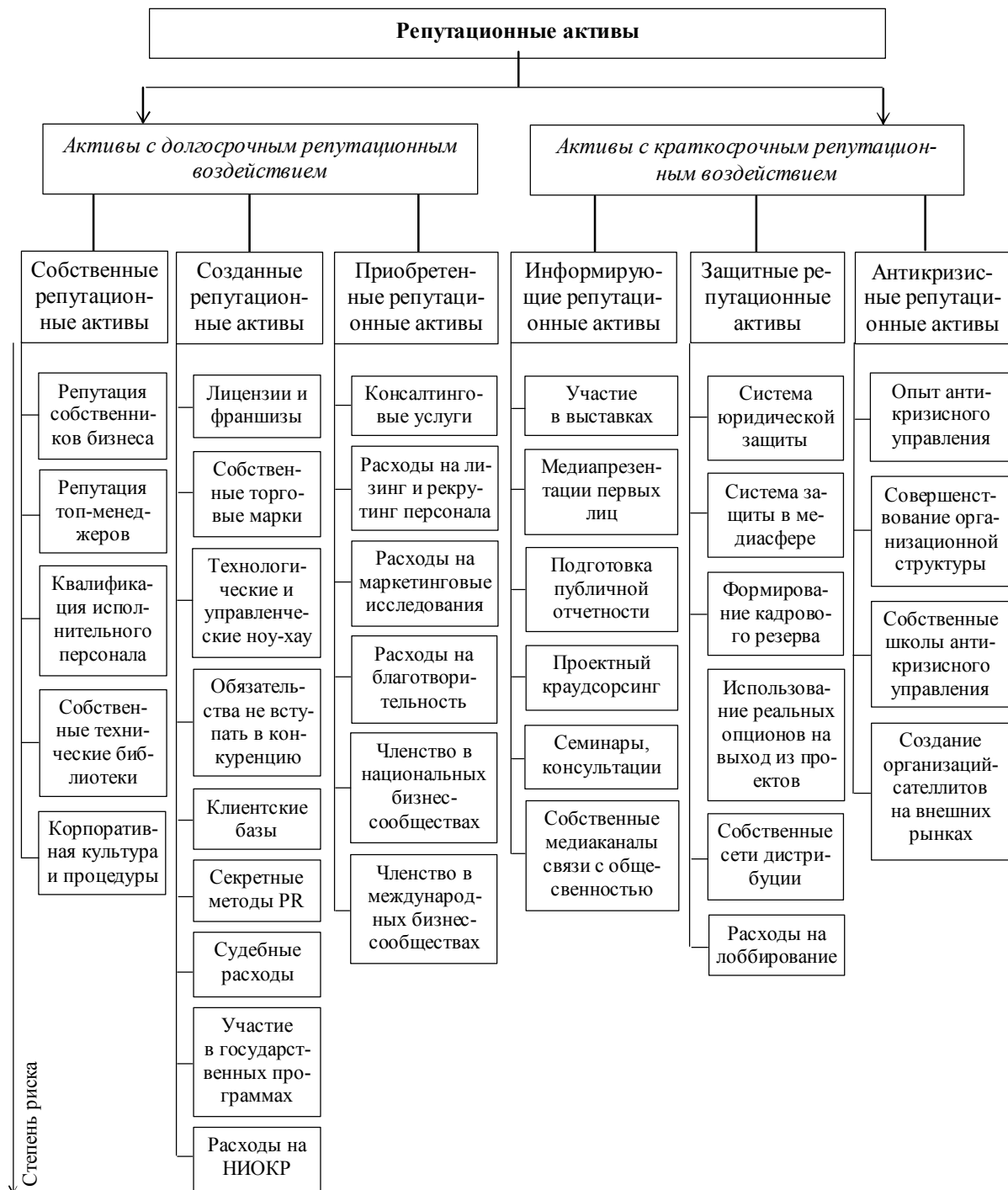


Рисунок 2 – Классификация репутационных активов организации

Примечание – Источник: собственная разработка автора.

Созданная автором классификация репутационных активов позволяет не только систематизировать и структурировать активы, но и участвует в оценке и прогнозировании репутационного потенциала коммерческой организации. Использование в качестве приоритетных критериев временного горизонта действия репутационных активов и их дифференциации по степени риска позволяет построить репутационный профиль отдельно по каждой группе репутационных активов и проанализировать его устойчивость перед внешними вызовами и угрозами.

В завершение исследования рассмотрим алгоритм стоимостного измерения отдельных групп репутационных активов (таблица 2).

Таблица 2 – Алгоритмы расчета стоимости репутационных активов

Группа репутационных активов	Особенности влияния на бизнес-процессы организации	Порядок стоимостного измерения
Собственные репутационные активы	Собственные репутационные активы лежат в основе стратегических и оперативных управленческих бизнес-процессов и формируют модель и стиль поведения бизнеса. Основное влияние направлено на максимизацию величины прибыли и увеличение стоимости бизнеса	<p>Оценка стоимости деловой репутации топ-менеджеров (BR_{TM}) рассчитывается по формуле</p> $BR_{Tj} = NCF \cdot \frac{K_1 \cdot BRV_S}{K_2 \cdot BRV_F \cdot K_3 \cdot BRV_L},$ <p>где NCF – чистый денежный поток организации по всем видам деятельности; BRV_S – расходы на оплату труда топ-менеджеров; BRV_F – расходы на выплаты собственниками бизнеса; BRV_L – расходы на оплату труда исполнительного персонала; K_1, K_2, K_3 – поправочные коэффициенты 0,2; 0,3 и 0,5 соответственно.</p> <p>Оценка деловой репутации собственников бизнеса (BR_F) производится на основе расчета суммы дивидендов, бонусов и иных выплат премиального характера по модели дисконтированных дивидендов Гордона – Шапиро по формуле</p> $BR_F = \sum_{i=1}^n \frac{E_i \cdot r_{1+n}}{(1+d)^n},$ <p>где E_i – сумма дивидендных выплат в i-ом периоде; r_{1+n} – темп роста (снижения) величины выплат, %; d – ставка дисконтирования, %; n – временной период</p>
Созданные и приобретенные репутационные активы	Созданные репутационные активы носят строгий инструментальный характер и направлены на решение конкретной задачи. Имеют общей целью придание дополнительной стоимости продукту (услуге) и (или) защиту уже созданной стоимости от аналогов конкурентов путем дополнения такой уникальными атрибутами ценностно-эстетического характера	<p>В основе стоимостного измерения (RA_{prod}) лежит соотношение темпов привлечения новых клиентов и темпов износа репутационного актива, выражающееся долей потерянных клиентов или временем старения актива:</p> $RA_{prod} = \sum_{i=1}^n \frac{NCF_{iA} \cdot \Delta k^n}{(1+r)^n},$ $r = 1 - e^{(-1/m)},$ <p>где NCF_{iA} – чистый денежный поток по текущей деятельности; Δk – прирост или снижение продаж продукции (услуг) в n-ом периоде, %; r – темп старения репутационного актива, %; m – время жизни репутационного актива, лет</p>
Информирующие, защитные и антикризисные репутационные активы	Данные группы репутационных активов направлены на коммерциализацию интеллектуальных продуктов и тиражирование знаний и опыта антикризисного управления в рамках программ партнерства и социальной ответственности	<p>Для расчета стоимости используется величина чистых доходов будущих периодов, скорректированных на темп капитализации расходов и доходов соответственно:</p> $RA_{prod} = \sum_{i=1}^n \frac{(FPI_i - FPC_i) \cdot (1+d)^n}{(d+k)^n},$ $d = \frac{FPI_i}{FPI_{i-1}},$ $k = \frac{FPC_i}{FPC_{i-1}},$ <p>где FPI_i – доходы будущих периодов в i-ом периоде; FPC_i – расходы будущих периодов в i-ом периоде; d – темп капитализации доходов будущих периодов; k – темп капитализации расходов будущих периодов</p>
Примечание – Источник: собственная разработка автора.		

Таким образом, если деловая репутация целенаправленно используется для получения сверхприбылей или секьюритизации экономических и коммуникационных рисков с заинтересованными лицами, она постепенно трансформируется в совокупность принципиально новых условно-идентифицируемых активов, которые обладают четкой структурой и характеристика-

ми. Так, правомерность использования понятия «репутационный актив» находит подтверждение в его фундаментальных свойствах, присущих активам вообще. Во-первых, репутационный актив с одной стороны есть отражение продуктивности взаимодействия ресурсных, трудовых и интеллектуальных факторов производства с позиции гармоничности управления ими через механизм бизнес-процессов, с другой – он сам же и выступает регулятором этой продуктивности.

Во-вторых, репутационный актив как особый долгосрочный ресурс способен приносить владельцу дополнительный доход в процессе его использования. В-третьих, репутационный актив выступает самостоятельным фактором в определении рыночной стоимости организации как единого имущественно-правового комплекса, отражает ее потенциал и перспективы развития с позиций инвестиционной привлекательности и потребительской лояльности.

Список используемой литературы

1. **Морган, Г.** Имидж организации: восемь моделей организационного развития / Г. Морган. – М. : Вершина, 2006. – 416 с.
2. **Ding, Y.** Towards an understanding of the phases of goodwill accounting in four Western capitalist countries From stakeholder model to shareholder model / Y. Ding, J. Richard, H. Stolowy // Accounting, Organizations and Society. – 2008. – P. 718–755.
3. **Raub, W.** Reputation and efficiency in social interactions: an example of network effects / W. Raub, J. Weesie // The American Journal of Sociology. – 2007. – Vol. 96. – P. 626–654.
4. **Weigelt, K.** Reputation and corporate strategy: a review of recent theory and applications / K. Weigelt, C. Camerer // Strategic Management J. – 2008. – Vol. 9. – P. 443–454.
5. **Sanchez, R.** Managing Articulated Knowledge in Competence-Based Competition, in Dynamics of Competence-Based Competition / R. Sanchez. – A. Heene & H. Thomas editors, Elsevier, London (forthcoming). – 2007. – P. 157–169.
6. **Dalton, J.** Managing Corporate Reputation: The New Currency / J. Dalton, S. Croft. – 2nd ed. revised. – London : Thorogood, 2003. – 320 p.
7. **Edvinsson, L.** Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding its Hidden Brainpower / L. Edvinsson, M. Malone. – Harper Collins Publishers, 2005. – 347 с.
8. **Модернизация** экономики на основе технологических инноваций / А. Н. Асаул [и др.]. – СПб. : АНО ИПЭВ. – 2007. – 606 с.
9. **Десмонд, Г.** Руководство по оценке бизнеса : [пер. с англ.] / Г. Десмонд ; ред. кол. : И. Л. Артеменков, А. В. Воронкин. – М., 2006. – 264 с.

УДК 339.372.843:334.735

Т. В. Емельянова (emeltv@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

Л. А. Воробей (vorobeip@mail.ru),
канд. физ.-мат. наук, доцент

В. В. Кугаева (kugaeva@i-bteu.by),
канд. экон. наук, доцент

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ОГРАНИЧЕНИЯ В РЕАЛИЗАЦИИ ОПТИМИЗАЦИОННОЙ МОДЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

В статье рассмотрены теоретические представления о сущности и критериях оптимальности, выработаны концептуальные положения по определению системы ограничений, основанной на учете уровня эффективности использования экономических ресурсов.

In article theoretical ideas of essence and optimality criterions have been considered, conceptual propositions of determination of the system of restrictions based on accounting of level of economic resource efficiency have been developed.

Ключевые слова: управленческое решение; внешние ограничения; внутренние ограничения; оптимизация; экономические ресурсы.

Key words: management decision; external constraints; internal constraints; optimization; economic resources.

Объективной необходимостью повышения эффективности хозяйствования потребительской кооперации является разработка и внедрение в практику методических подходов принятия управленческих решений с учетом оценки результатов деятельности, ресурсного потенциала торговых организаций, факторов внешнего воздействия. Обоснованием значимости данной проблемы является также недостаточное использование в аналитической работе экономико-математических методов при оценке и планировании показателей работы субъектов хозяйствования.

В условиях нестабильной экономической ситуации, сужения потребительского рынка, развития жесткой конкурентной среды от торговых организаций потребительской кооперации требуются адекватные меры по проведению сбалансированной стратегии их развития. Эффективному функционированию организаций в условиях повышенного риска предпринимательской деятельности способствует правильно выбранная стратегия поведения, основанная на многовариантном подходе и выборе оптимальных управленческих решений.

Деятельность является оптимальной, если она направлена на достижение обоснованной цели, исходя из заданных ограничений и имеющихся возможностей.

Под *критерием оптимальности* понимается показатель, выражающий предельную величину экономического эффекта от принимаемого хозяйственного решения на основе сравнительной оценки и выбора наилучшего из возможных вариантов решений. При этом оптимальная величина может принимать как максимальные, так и минимальные значения.

В экономической науке проблема оптимизации решалась на основе максимизации прибыли, минимизации расходов, поиска оптимального соотношения доходов и расходов, объемов деятельности и прибыли. С использованием экономико-математических методов оптимальная рентабельность исследовалась как функция множества факторов и как тенденция временного ряда [1; 2].

Для условий деятельности организаций потребительской кооперации проблему выбора наилучших вариантов целесообразно рассматривать с разных позиций: обеспечения реализации как экономической, так и социальной функций, учета внешних факторов и внутреннего потенциала, выполнения прогнозных заданий на основе индикаторов роста и принципов самостоятельного принятия решений.

Методические вопросы обеспечения эффективности деятельности посредством оптимизации целей и средств их достижения занимают в настоящее время особое место в экономической науке и практике. Несмотря на ряд положительных результатов в этой области, актуальной является выявление и учет ограничителей, расстановка приоритетов при выборе целей во времени.

Для кооперативных организаций в современных условиях основной целью является обеспечение уровня хозяйствования, при котором объемы деятельности и полученная прибыль позволяют достичь сбалансированность спроса и предложения товаров по объему и структуре, доходов и расходов, удовлетворения потребностей покупателей в товарах и услугах и обеспечить долгосрочное развитие организации.

Принимаемые решения должны быть направлены на создание условий, при которых выполнялась бы социальная функция потребительской кооперации и была обеспечена рентабельная работа.

При этом необходимо учитывать ряд внешних и внутренних ограничений в деятельности организации, которые влияют на реализацию поставленных целей.

Внешние ограничения рассматриваются как факторы, не зависящие от субъекта хозяйствования. Основными внешними ограничителями для торговых организаций потребительской кооперации являются степень государственного регулирования того или иного вида деятельности, сложившийся уровень конкуренции, количество конкурентов и объемы их деятельности, численность, состав и динамика денежных доходов обслуживаемого населения.

Эти факторы определяют внешние границы деятельности торговых организаций, выражающиеся в емкости и доле рынка. Так, емкость рынка отдельной организации определяется объемами покупательных фондов населения, предъявляемого спроса коллективных потребителей в лице организаций и учреждений социальной сферы, инорайонного и отложенного спроса. Размер емкости рынка корректируется на объем предъявляемого спроса обслуживаемого контингента населения к другим торговым структурам, функционирующим в зоне деятельности кооперативной организации, что зависит от качества торгового обслуживания, проведения эффективной ассортиментной, ценовой и сбытовой политики. Изменение хотя бы одного из факторов приводит к изменению емкости рынка и доли организации на нем.

Реализованный спрос находит отражение в показателе розничного товарооборота. От объема и структуры товарооборота зависят все другие показатели деятельности торговых организаций: товарные запасы, доходы, расходы, прибыль и рентабельность, развитие материально-технической базы, численность работников. В свою очередь от состояния этих показателей и эффективности их использования зависит объем реализации товаров, структура товарооборота. Указанные показатели находятся в тесной взаимосвязи, взаимозависимости. При этом для получения прибыли, как конечного качественного показателя деятельности торговых организаций, необходим не только оптимальный объем ресурсов, но и наиболее эффективное их использование.

Таким образом, *внутренние ограничения* в деятельности организации связаны с объемом располагаемых ресурсов, их сбалансированностью, уровнем эффективности использования. Конкурентоспособность организации в долгосрочной перспективе зависит от правильного выбора ресурсов и их комбинации, оригинальности и эффективности их сочетания по сравнению с конкурентами. Эти факторы зависят от деятельности организации и должны быть задействованы с целью повышения эффективности хозяйственной деятельности и поддержания конкурентных позиций [3, с. 15].

Для обеспечения общей экономической эффективности все ресурсы должны быть сбалансированы по структуре. Избыточный для запланированных объемов деятельности ресурс не приносит отдачи. При недостаточности одного ресурса остальные виды ресурсов не доиспользуются, так как положительный эффект формируется при взаимодействии всех видов ресурсов. Организации имеют определенные возможности для регулирования величины и внутренней структуры ресурсов. Относительно легче поддаются изменению трудовые и финансовые ресурсы. Недостаток оборотных средств восполняется через привлечение дополнительных кредитных ресурсов, что чревато выплатой впоследствии значительных сумм на обслуживание кредитов. При излишке денежных средств для выполнения запланированных объемов деятельности регулирование проводится через вложение их в другие сферы или виды деятельности (диверсификацию деятельности).

К системе внутренних ограничений деятельности организации следует отнести *соотношение постоянных и переменных затрат*, что связано со структурой ресурсов. Это соотношение определяет экономические границы деятельности организации, характеризующиеся точками безубыточности, минимальной рентабельности, критической величины доходов, операционного рычага, запаса финансовой прочности. Расчет экономических границ деятельности организации в настоящее время широко применяется на практике при разработке бизнес-планов, стратегии деятельности на перспективу, развитии новых видов деятельности.

Временные ограничения в деятельности организации связаны с функционированием в условиях неопределенности и риска, инфляцией и оборачиваемостью товарных запасов и кредитов, расстановкой приоритетов, определением целей, стратегических и тактических задач во времени.

Одним из необходимых условий повышения уровня хозяйствования является экономическое обоснование потребности в финансовых, материальных и трудовых ресурсах. Обоснование потребности в ресурсах позволяет оптимизировать их структуру для достижения поставленных целей деятельности организации.

Определение потребности в ресурсах и обоснование основных показателей деятельности торговых организаций осуществляется с учетом воздействия факторов экономической среды. Выявлена зависимость объемных показателей деятельности от величины основных средств, наличия торговых площадей. Потребность в материально-технических ресурсах зависит от эффективности их использования, товарооборота, структуры основных средств, соотношения активной и пассивной частей, необходимости повышения производительности труда и его технической вооруженности. При разработке плана требуется обеспечить сбалансированность показателей, определенное соотношение между ними.

Исходным моментом в построении оптимизационной модели является определение целевой функции и обоснование системы ограничений по ее достижению, учитывающей уровень использования основных видов примененных и потребленных ресурсов.

При построении экономико-математической оптимизационной модели подбирается исходная информация, проводится оценка отчетных данных (товарооборота, рентабельности, расходов на реализацию товаров, доходов от торговой деятельности, ассортимента товаров и структуры товарооборота, торговой площади, товарных запасов и т. д.) [2, с. 268].

При задании целевой функции учитываются объемы реализации отдельных товарных

групп (x_1, x_2, \dots, x_m) , удельная рентабельность на единицу товарооборота (p_j). В общем виде функция $F(x)$ цели на максимум прибыли будет иметь следующий вид:

$$F(x) = \sum_{j=1}^n p_j \cdot x_j.$$

Обосновывается система ограничений, которая в совокупности описывает функциональные связи критерия оптимальности с показателями ресурсов, факторами и неизвестными значениями переменной (x).

В данную систему можно включить ограничения по использованию торговых площадей (A), товарных ресурсов (B), ограничения на неотрицательность и другие ограничения в зависимости от поставленных целей.

В общем виде система ограничений может быть представлена следующим образом:

$$\sum_{j=1}^n a_j \cdot x_j \leq A,$$

$$\sum_{j=1}^n b_j \cdot x_j \leq B,$$

$$x_j \geq 0, j = 1, \dots, n,$$

где a_j – норматив торговой площади на единицу товарооборота в плановом периоде;
 b_j – норматив товарных ресурсов на единицу товарооборота в плановом периоде.

По мере получения результатов проводится их экспертная оценка. При необходимости в модель вводятся дополнительные ограничения для выбора наиболее оптимального решения.

Функционирование организаций в рыночной экономике связано с изменениями как во внешней, так и во внутренней среде, что обуславливает необходимость разработки новых подходов к определению целевой функции их деятельности, обоснованию экономических предпосылок достижения оптимальных объемов деятельности, размеров прибыли, обеспечивающих конкурентоспособность организации на рынке и определяющих перспективы ее развития. С целью повышения эффективности работы экономических служб предполагается совершенствование анализа и планирования хозяйственной деятельности на основе оптимизационного подхода.

Список используемой литературы

1. **Казиначикова, Н. А.** Механизм оптимизации прибыли торговли потребительской кооперации / Н. А. Казиначикова // Вестн. гос. техн. ун-та им. П. О. Сухого. – 2000. – № 3. – С. 57–65.
2. **Повышение** эффективности использования ресурсов в торговле : моногр. / Е. Е. Шишкова [и др.]. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2010. – 424 с.
3. **Снитко, Л. Т.** Интеграция ресурсного и рыночного подходов в стратегическом управлении организацией / Л. Т. Снитко, Т. В. Емельянова // Актуальные проблемы инновационного развития экономики : материалы междунар. науч.-практ. конф. профессорско-преподавательского состава и аспирантов, 9–10 апреля 2014 г. В 3 ч. / Белгород : БУКЭП, 2014. – Ч. 2. – С. 11–21.

СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье рассматривается товарная политика как определяющий элемент деятельности организации, от степени эффективности которой зависит не только производство востребованного, качественного товара и определенная программа продвижения его на рынок, но и успех организации в условиях жесткой товарной конкуренции. Продвижение продукции, осуществляемое с помощью товарной политики, включает и ряд аспектов коммуникационного воздействия.

The article deals with trade policy as a defining element of the organization, on the degree of efficiency of which depends not only on the production demand, quality products and certain programs promoting it on the market, but also the organization's success in the highly competitive commodity. Product promotion, carried out with the help of commodity policy, and involves a number of aspects of the communication impact.

Ключевые слова: товарная политика; ассортиментная политика; брендинг; качество товара; степени новизны продукции.

Key words: trade policy; assortment policy; branding; product quality; degree of novelty products.

Процесс эффективного формирования товарной политики можно назвать основным в деятельности предприятия, перспективой дальнейшего функционирования и развития, источником доходов.

В условиях жесткой конкуренции именно свойства и характеристики товара определяют направление рыночной и всей производственной политики предприятия. Все мероприятия, связанные с товаром, т. е. его создание, производство и совершенствование, реализация на рынках, сервисное и предпродажное обслуживание, разработка рекламных мероприятий, а также снятие товара с производства, занимают центральное место во всей деятельности товаропроизводителя и являются составляющими его товарной политики [1, с. 17].

Для осуществления коммерческой и маркетинговой деятельности на рынке товарная политика играет важную роль. Маркетинговый аспект связан с процессом обеспечения потребителей товарами и услугами в соответствии с потребностями и требованиями, а коммерческий аспект – это процесс достижения экономической эффективности деятельности организации при осуществлении производства, продвижения и сбыта произведенной продукции.

Таким образом, товарная политика – это составляющая маркетинговой деятельности предприятия, комплексное понятие, включающее в себя ассортиментную политику, создание новых товаров и запуск их в производство, исключение из производственной программы товаров, потерявших или теряющих потребительский спрос, модификацию товаров, вопросы упаковки, дизайна, разработку броского наименования и выразительного товарного знака [2, с. 244].

В ходе создания товарной политики необходимо учитывать следующие условия:

- наличие долгосрочной стратегии, определяющей деятельность предприятия;
- долгосрочные цели в области производства и сбыта продукции;
- знание конкурентного рынка (анализ фирменной структуры, емкости рынка, уровня цен и т. д.) и его потребностей и основных требований, предъявляемых к товару;
- реальная оценка своего внутреннего потенциала (финансового, производственного, управленческого и т. д.)

Следует определить основные правила и направления разработки товарной политики, которые напрямую связаны с долгосрочной стратегией деятельности предприятия.

Большинство проблем товарной политики предприятия являются непрогнозируемыми, при этом они могут иметь несколько вариантов решения и для их решения важно осуществлять высокопрофессиональный анализ данных и оперативно разрабатывать альтернативные решения возникших проблем. Правильно определенная товарная политика не только позволяет оп-

тимизировать процесс формирования и обновления ассортимента, но и выступает для руководства своеобразным ориентиром общего направления действий [3].

Основными элементами создания товарной политики являются следующие:

- обеспечение должного уровня качества выпускаемой продукции;
- формирование оптимального товарного ассортимента (определение основных параметров, глубины и ширины ассортимента);
- создание эффективной упаковки;
- вопрос о целесообразности создания и производства новых видов товаров и услуг (на основании чего принимать решение о производстве новой продукции и какова будет степень новизны этой продукции);
- позиционирование товаров (каким образом, на основании каких критериев проводить позиционирование);
- различные элементы управления на стадиях жизненного цикла товара;
- брендинг (создание и продвижение бренда);
- обеспечение качественного сервиса и т. д.

Рассмотрим шире все названные элементы.

Качество всегда было и остается важнейшей рыночной характеристикой продукции. Большинство покупателей качество определяют как определяющий фактор принятия решения о покупке. Однако в последующем добавляют, что качество должно соответствовать цене на данную продукцию. К сожалению, сегодня высокая цена еще не является гарантом качества. Производители, осуществляющие продажи в низком ценовом сегменте так же стремятся обеспечить высокий объем продаж, при этом не обращая внимание на обеспечение должного уровня качества.

Товарный ассортимент – это совокупность ассортиментных групп, которые тесно связаны между собой [4, с. 512]. Сегодня рынок способствует созданию ассортимента, в связи с чем предприятия должны стремиться удовлетворять спрос лучше, эффективнее, чем конкуренты. Неоптимальный выбор ассортимента неблагоприятно сказывается на эффективности деятельности предприятия, что выражается в снижении реального уровня прибыли, в потере рыночной доли.

Критерием оптимального товарного ассортимента является полное удовлетворение потребностей покупателей (в соответствии с требованиями) при эффективном использовании ограниченных ресурсов с минимальными издержками. Основными факторами неопределенности в формировании товарного ассортимента можно назвать конкурентов и потребителей. Предприятие не может предположить широту и глубину товарного ассортимента основных конкурентов действующих на рынке, а также невозможно постоянно проводить мониторинг изменения потребностей конечных потребителей и осуществлять перестройку своего ассортимента.

Управление товарным ассортиментом состоит в определении основных параметров. Существуют различные подходы к управлению товарным ассортиментом, такие как товароведческий подход, коммерческий подход, логистический, категориальный менеджмент. Также для оценки эффективности товарного ассортимента можно использовать различные инструменты анализа, такие как ABC-анализ (анализ вклада товара в результат деятельности организации), XYZ-анализ (стабильность продаж), статус каждого товара в ассортиментной матрице (комбинация ABC и XYZ-анализа) и т. д.

Требованиями к упаковке являются экологичность, экономичность, информативность, инновационность, соответствие товару и т. д. Поиск оптимальной упаковки – значимый вопрос товарной политики, так как в дальнейшем связан и с позиционированием товара, и с брендингом, и с продвижением продукции.

Превосходствами упаковки являются распространенность и доступность. Однако не следует пренебрегать оригинальностью упаковки. Выделяющаяся упаковка товара среди множества конкурентных товаров сможет акцентировать внимание на продукт, а также задать определенную эмоциональную его окраску.

Важным аспектом товарной политики является определение степени новизны выпускаемой продукции. Любая новая продукция будет отличаться по каким-то признакам от уже существующей, и это отличие определяется ценностью. Существуют различные факторы, которые определяют новизну продукции. К ним относится креативность идеи, величина вложений в НИОКР, скорость обновления основных фондов, затраты на маркетинг, величина прибыли, объем продаж.

В мировой литературе представлены различные подходы к определению степени новизны. Для примера назовем такой подход, как деление на относительную (существуют различные разновидности) и абсолютную (полное отсутствие аналогов) новизну. К разновидностям относительной новизны относятся товар рыночной новизны (т. е. для данного рынка он является новшеством); частная новизна (предполагает обновление одного элемента продукции); условная новизна (комбинация элементов различных видов продукции). Однако единой шкалы оценки рыночной новизны товара не существует.

Позиционирование продукции – это маркетинговый процесс, при помощи которого осуществляется поиск лучшего положения товара на рынке [4, с. 346]. Роль позиционирования товара на рынке состоит в том, чтобы создать и упрочить определенный образ продукции в сознании покупателя. Игнорирование процесса позиционирования продукции будет отрицательно сказываться на эффективности деятельности предприятия.

Для завоевания сильных позиций в конкурентной борьбе исходя из результатов позиционирования своих продуктов организация определяет характеристики продукции и параметры маркетинговой деятельности, которые могут выгодно отличать ее продукцию от продуктов конкурентов, т. е. проводит дифференциацию своих продуктов. Причем для разных продуктов могут выбираться разные направления дифференциации [2, с. 304].

Еще одной составляющей товарной политики организации является жизненный цикл товара (ЖЦТ), а именно элементы управления на различных стадиях ЖЦТ. Основными стадиями ЖЦТ являются внедрение, рост, зрелость и спад. Основной задачей на стадии внедрения является удержание интереса (при помощи правильного позиционирования и коммуникаций) со стороны рынка, т. е. со стороны потребителей (покупателей) и посредников. На стадии роста основное внимание необходимо уделять цене (либо уменьшать, либо увеличивать) и коммуникациям, при этом внимательно следя за действиями основных конкурентов. Стадия зрелости по ее характеристикам наиболее стабильная, однако важно понимать, что следующая стадия – это стадия спада, а ведь почти любой производитель не захочет избавляться от эффективного продукта. Основными задачами управления на данной стадии являются:

- оптимизация цены;
- эффективная реклама-напоминание, а также другие элементы коммуникационной политики (стимулирование сбыта, прямые продажи);
- поиск возможностей изменения, модернизации продукции и т. д.

Задачей управления на стадии спада является поиск путей наименьших потерь при уходе товара с рынка.

Организация при проведении товарной политики может сделать ставку на продвижение бренда. При этом она должна быть готова не просто к созданию слогана, логотипа, а к проведению значительных мероприятий по маркетинговому анализу и планированию бренда. Бренд станет преимуществом организации только тогда, когда он будет идентифицирован как лидер именно покупателем. При формировании современного бренда необходимо сконцентрироваться на желаниях и фантазиях покупателей. Успех брендинга во многом будет заключаться в следующем:

- во внимании к общим ценностям;
- в привлечении покупателей постоянными инновациями, которые согласуются с общими ценностями;
- в упрочении лояльности клиента посредством соотношения «качество – цена», которое постоянно необходимо подтверждать.

Репутация компании и ее бренд являются сильными, значимыми аргументами для определения рыночных позиций.

Кроме того, следующим аспектом является сервис – определенная система обслуживания, что позволяет потребителю выбирать для себя лучший товар. Задачей производителя является обеспечение потребителя качественным товаром, при этом с гарантией определенного срока беспрепятственного использования.

Сервис по сути является одним из факторов конкурентоспособности продукции при достаточно жесткой конкуренции и сложной дифференциации продукции на рынке. Вниманием к потребностям потребителей, к товарам и услугам конкурентов, к адекватному соотношению доходов и стоимости сервиса можно сформировать систему эффективного сервиса.

Резюмируя вышеизложенное, можно сказать, что основными аспектами формирования и осуществления товарной политики являются качество товара, ассортимент, упаковка, новизна,

позиционирование, управление на стадиях ЖЦТ, брендинг и сервис. В названных аспектах необходимо придерживаться современных тенденций, определяющих развитие рынка.

Список используемой литературы

1. **Ткаченко, Н. А.** Проблемы формирования маркетинговой товарной политики предприятия / Н. А. Ткаченко // Маркетинг и реклама. – 2007. – № 1. – С. 16–19.
2. **Голубков, Е. П.** Основы маркетинга / Е. П. Голубков. – М. : Феникс, 2003. – 688 с.
3. **Сотничек, А. А.** Проблемы формирования товарной политики предприятия / А. А. Сотничек [Электронный ресурс] // Современ. науч. исследования и инновации. – 2013. – № 1. – Режим доступа : <http://web.snauka.ru/issues/2013/01/19551>. – Дата доступа : 24.05.2016.
4. **Борисов, А. Б.** Большой экономический словарь / А. Б. Борисов. – М. : Кн. мир, 2003. – 895 с.

УДК 336(476)

М. Л. Зеленкевич (finance@e-edu.by),
канд. экон. наук, доцент

Государственный институт управления
и социальных технологий БГУ
г. Минск, Республика Беларусь

ФИНАНСОВО-КРЕДИТНАЯ СИСТЕМА И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ

В статье рассматриваются факторы, определяющие качество экономического роста в Республике Беларусь, направления влияния финансово-кредитной системы на экономический рост и конкурентоспособность экономики в контексте национальных и региональных изменений.

The factors determining quality of economic growth in Republic of Belarus, the directions of influence of a financial-credit system on economic growth and competitiveness of economy in the context of national and regional changes are considered in article.

Ключевые слова: конкурентоспособность экономики; инвестиции; экономический рост; качество экономического роста; финансово-кредитная система.

Key words: competitiveness of economy; investment, economic growth; quality of economic growth; financial-credit system.

Неустойчивость современного этапа развития глобальной экономики и финансов актуализировали активное обсуждение проблемы национальной конкурентоспособности и ее факторов. В экономической литературе конкурентоспособность национальной экономики определяется как устойчивость данной страны к созданию большего богатства, чем конкуренты на мировом рынке, достижению динамичного экономического роста, производству материальных благ и оказанию услуг, которые признаются на мировом рынке, при одновременном росте реальных доходов населения в долгосрочной перспективе, созданию условий, способствующих повышению международной конкурентоспособности наиболее характерных для данной страны отраслей фирм [1]. Концепция конкурентоспособности включает в себя как статические, так и динамические компоненты: уровень производительности в стране определяет ее возможности по поддержанию определенного уровня доходов, а опосредованно через норму отдачи на инвестиции определяет и потенциал роста для экономики.

В настоящее время многие страны испытывают экономические трудности. Исследования белорусских ученых подтверждают тот факт, что наблюдаемые сегодня неблагоприятные тенденции в белорусской экономике, которые отражаются в динамике количественных макроэкономических показателей, являются непосредственным следствием тенденций снижения социально-экономической эффективности, которые постепенно накапливались на протяжении довольно длительного периода [2; 3].

Глобальный финансовый кризис затронул структурную составляющую национальной экономики, обуславливая снижение темпов роста потенциального ВВП. Показатели экономического развития Беларуси были высокими начиная с 2004 г., когда годовой прирост ВВП в реальном выражении составлял около 10%, и темпы роста оставались устойчивыми до конца 2008 г. Рост ре-

ального ВВП составлял 8,6% в 2007 г. и 10,2% в 2008 г. В среднем за 2001–2008 гг. ВВП в Беларуси вырос на 8,3%. Данная тенденция экономического роста была прервана только финансовым кризисом в 2009 г., когда экономика выросла всего на 0,2%. В среднем за 2010–2014 гг. ВВП Беларуси возрастал на 3,5%. [4]

В течение рассматриваемого периода высокие темпы экономического роста в Беларуси достигались главным образом за счет быстрого накопления основных фондов в результате высокого коэффициента инвестиций к ВВП (на рост основных фондов приходилось приблизительно 70% инвестиций в ВВП) [5]. Однако при этом в инвестициях страны сложился перекосяк в пользу строительно-монтажных работ в результате реализации государственных программ жилищного строительства, а рост инвестиций в машины и оборудование в 2009 г. стал отрицательным.

Накопление капитала, особенно инвестиции в машины, воплощающие технологические инновации, считаются важнейшими определяющими факторами долгосрочного экономического роста. Высокими темпами инвестиций в машины можно объяснить показатели экономического роста Японии и Германии во второй половине XX в. Развивающиеся страны пользовались выгодами технологий, воплощенных в машинах, не в меньшей степени, чем развитые страны, так инвестиции в машины были важным определяющим фактором роста ВВП на душу населения в Латинской Америке в 1960–2002 гг., тогда как роль инвестиций в сооружения была незначительной.

Отношение инвестиций в машины к ВВП положительно влияет на экономический рост, а отношение инвестиций в жилье к ВВП, по всей видимости, может влиять на рост опосредованно. Считается, что инвестиции в машины повышают темпы роста благодаря своему технологическому содержанию. Инвестиции в машины считались инструментом приобретения и передачи технологических усовершенствований, они рассматривались как важный двигатель роста производительности труда. Увеличение доли инвестиций в машины в ВВП на 1 процентный пункт связано с ростом основных производственных фондов приблизительно на 0,2 процентных пункта в год. Строительство сооружений менее активно содействует экономическому росту в силу более низкого потенциала передачи технологий, воплощенных в строительстве, через производственный процесс [6].

Улучшение жилищных условий считается побочным продуктом экономического роста. Многие исследователи считают инвестиции в жилье социальными расходами, которые можно откладывать до поздних этапов социального развития. Некоторые страны, такие как Китай и Южная Корея, на ранних этапах своего развития считали жилищное строительство отраслью с более низкой доходностью по сравнению с обрабатывающей промышленностью и инфраструктурой и не поощряли инвестиции в жилищное строительство.

Экономическая целесообразность ускоренного наращивания капитала имеет определенные пределы, зависящие от эффективности накопления, т. е. существует уровень нормы накопления и соответствующего ей темпа прироста капитала, превышение которых переводит экономику на траекторию развития по принципу «производство ради производства». Белорусская экономика вышла на предельно допустимые темпы экономического роста, однако охарактеризовать такой рост в настоящее время можно только как трудозатратный [3]. Статистические данные о развитии белорусской экономики демонстрируют негативные стороны ускоренного экономического роста в условиях снижающейся эффективности накопления. Такой рост, побуждающий прибегать к чрезмерному эмиссионному кредитованию субъектов хозяйствования и внешним займам, негативно сказывается на состоянии финансовой системы страны [2].

Структурные недостатки сдерживают экономический рост и повышают степень подверженности белорусской экономики кризису. После кризисной ситуации на валютном рынке Беларуси 2011 г., политика чередования стимулирующих и сдерживающих экономических мер к настоящему времени (в основном в виде повышения заработной платы и целевого кредитования) привела к возобновлению нестабильности и к удерживанию инфляции на высоком уровне (по итогам 2015 г. инфляция составила 12%).

Одним из рациональных вариантов экономического развития в ближайшие годы может быть вариант, предполагающий выбор, направленный на снижение темпов экономического роста в пользу большей сбалансированности и устойчивости, особую роль при этом должны играть структурные реформы, связанные с развитием финансового сектора. Существующие концепции и стратегии долгосрочного развития белорусской экономики и финансового сектора слабо взаимосвязаны. До сих пор финансовый сектор и реальная экономика не рассматриваются как единая система, в которой финансовый сектор играет исключительно важную роль. Тип

финансово-кредитной системы, который сложился в начале 1990-х гг. в странах с переходной экономикой, определялся двумя факторами: моделью приватизации и степенью концентрации банковской системы. Несмотря на то, что в большинстве стран была проведена быстрая широкомасштабная приватизация, невозможно было развить финансовую систему, основанную на рынке ценных бумаг, поскольку банковская система оказалась высококонцентрированной.

Финансово-кредитную систему Беларуси можно охарактеризовать как полностью банковскую. Небанковские финансовые организации и рынок ценных бумаг в Беларуси невелики по размерам и не имеют системного значения. Фондовый рынок почти отсутствует, неликвиден и не используется для привлечения капитала. Сектор страхования в целом растет, однако остается недостаточным для выполнения инвестиционных функций, общая сумма страховых премий достигает только чуть более 1% ВВП. Сектор характеризуется ограниченной структурой активов, высокой концентрацией, большой долей государственной собственности и слабой конкуренцией. Другие небанковские финансовые организации практически отсутствуют.

В настоящий период белорусские коммерческие банки располагают относительно эффективным механизмом привлечения средств мелких инвесторов. Несмотря на то, что в целом доверие к финансово-кредитной системе со стороны массового инвестора было подорвано неожиданными девальвациями рубля и проблема аккумулирования национальных сбережений и их перевода в инвестиции реального сектора до сих пор не решена, банки находятся все же в более привилегированном положении по сравнению с другими финансовыми институтами. Важно отметить тот факт, что банковская система функционирует в рамках наиболее развитого и эффективного по сравнению с другими финансовыми институтами регулирования и контроля со стороны Национального банка. Многие коммерческие банки возникли на базе отраслевых банков, имеют тесные связи с предприятиями, высококвалифицированный персонал (этому способствовала «утечка мозгов» в коммерческие банки из других структур в 90-х гг.). Это дает банкам возможность грамотнее других институтов оценивать инвестиционные проекты предприятий, консультировать предприятия по финансовым вопросам и эффективно направлять имеющиеся ресурсы в инвестиции производственного сектора.

Анализируя белорусский финансовый сектор с позиции характеристик финансово-кредитной системы, можно отметить, что уровень финансового посредничества в Беларуси является низким, а доступ к финансированию остается ограниченным. В данном случае развитие финансового сектора и его влияние на экономический рост может быть оценено исключительно показателями развития банковской системы. Если брать в сравнении, то масштабы национальных финансово-кредитных систем стран СНГ по отношению к ВВП также отстают от развитых и от многих развивающихся экономик.

Динамика развития институтов финансового посредничества в странах с формирующимся рынком, в том числе и Беларуси, показывает, что основными проблемами являются проблемы, связанные с несовершенством основополагающих институтов рыночной экономики. Недостаточное развитие финансового сектора является преградой на пути качественного развития рыночных институтов регулирования. Складывается парадокс: пока основные институты рыночной экономики, а также финансовый сектор не состоятся в полной мере, невозможно говорить о значительной интеграции этих стран в мировую экономику. С другой стороны, с точки зрения мирового экономического развития, эти страны могут сыграть существенную роль для самой мировой экономики в плане стратегического развития.

В целом экономическая политика должна быть направлена на ускорение интеграционных процессов, как глобальных, так региональных, например, в рамках евразийского пространства. С этой точки зрения роль финансового сектора не оценена по достоинству. В современном мире система финансового посредничества, которая превратилась в самостоятельную часть реальной экономики, сама по себе может стать провайдером качественного развития институтов регулирования рыночной экономики и в свою очередь международной и региональной интеграции.

В условиях глобализации уровень развития институтов финансово-кредитной системы и оценка их эффективности определяется с учетом различных видов информационных, транзакционных и прочих издержек, связанных с отличиями в юридических, регулятивных и налоговых системах, которые привели к появлению разнообразных финансовых контрактов, рынков и посредников в разных странах и в различные исторические периоды. Для Республики Беларусь необходимо создание системы финансовых индикаторов, которая позволила бы более объективно анализировать влияние финансово-кредитной системы на экономический рост, точнее измерять эффекты благосостояния, индуцированные мерами государственной политики. Таким

образом, в современных условиях экономического развития важно рассматривать финансово-кредитную систему в качестве инструмента динамичных национальных и региональных изменений, а не только как средство обслуживания рыночной экономики.

Список использованной литературы

1. **Конкурентоспособность** экономики: оценка и факторы роста в контексте интеграционных процессов / М. Л. Зеленкевич и [др.] ; под общ. ред. З. Стаховяка, М. Л. Зеленкевич. – Минск : ГИУСТ БГУ, 2016. – 216 с.
2. **Комков, В. Н.** Качество экономического роста в Республике Беларусь. Исследования банка / В. Н. Комков // Банкаўскі веснік. – 2011. – № 29. – С. 5–60.
3. **Новикова, И. В.** Модернизация через кластерно-сетевую регионализацию / И. В. Новикова // Банкаўскі веснік. – 2012. – № 19. – С. 3–8.
4. **Статистический** ежегодник Республики Беларусь / редкол. : В. И. Зиновский [и др.]. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2016. – 524 с.
5. **Банковские** системы стран СНГ: разные перспективы, но общие риски [Электронный ресурс] // Standard&Poor's. – 2005. – Режим доступа : <http://www.eabr.org>. – Дата доступа : 20.06.2016.
6. **Jalilian, H.** Equipment and Non-Equipment Private Investment: A Generalized Solow Model / H. Jalilian, M. Odedokun // Applied Economics. – 2000. – P. 289–296.

УДК 316.614

Л. М. Злотникова (lidia_zlotnikova@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

В. И. Мисюкевич (commerce@uccu.org.ua),
канд. экон. наук, доцент

*Полтавский университет экономики
и торговли
г. Полтава, Украина*

СОЦИАЛИЗАЦИЯ ЧЕЛОВЕКА В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ: ПРОТИВОРЕЧИЯ И ТЕНДЕНЦИИ

Социализация человека в отличие от его биологических свойств не передается по наследству. Она во многом зависит от условий жизнедеятельности, общественных ценностей и целей. Сложность социализации человека определяется накопленным историческим опытом, созданными культурными ценностями и постоянно изменяющимися условиями производства. Современная модернизация общественного производства отличается противоречивостью и высоким уровнем неопределенности. Радикальные изменения в экономической и производственной сферах требуют новых принципов поведения, отношений, стимулов и видов поощрений. Достижения модернизации оцениваются полученным экономическим эффектом, снижением издержек и максимизацией прибыли.

Human socialization unlike its biological properties is not inherited. It largely depends on the living conditions, social values and goals. The complexity of human socialization is determined by the accumulated historical experience, created cultural values and ever-changing production conditions. Modern modernization of social production is different contradictions and a high level of uncertainty. Radical changes in the economic and industrial spheres are require new principles of behavior, attitudes, incentives and types of rewards. Achievements of modernization are evaluate the economic effect, reducing costs and maximizing profits.

Ключевые слова: социализация; модернизация; прибыль; издержки; стимулы; противоречия; ценности.

Key words: socialization; modernization; profits; costs; incentives; conflicts; values.

В настоящее время много проведено дискуссий, принято нормативных документов о модернизации. Конкуренция на рынке товаров и услуг становится более жесткой, и выигрывать ее только за счет низких заработных плат практически невозможно. Усугубляется ситуация еще и тем, что принцип классической политической экономии о низких затратах давно не работает. Подавляющее большинство потребителей стремится приобретать не просто дешевые товары, а

именно те товары, которые максимально отвечают потребительским притязаниям. В такой ситуации цена не всегда играет главную роль.

Известный в мире бизнеса менеджер Ли Якокка выразил свое отношение к эффективной хозяйственной деятельности, сказав, что все производственные операции можно кратко охарактеризовать всего тремя словами: люди, продукты, прибыль. На первое место поставлены люди. Первенство по праву принадлежит человеку, потому что только люди, надежная, грамотная и профессиональная команда способны творить чудеса. Люди, которые соединяют материальные факторы производства, производят новый товар или услугу, должны обладать особыми качествами. Важнейшими из них можно считать, с одной стороны, стремление к постоянному поиску, высокие цели, развитое воображение, инициативность, с другой – ответственность, умение отвечать за свои поступки, эффективную работу в команде и т. д. Люди, которые довольствуются малым, не могут ни создавать, ни внедрять новое.

Социальная модернизация, на наш взгляд, это и условие, и важнейшая цель современного этапа развития общественных отношений. Попытаемся сформулировать основные социальные проблемы, теоретическое обоснование и практическое решение которых позволит эффективнее реализовать поставленные цели. Установить жесткую иерархию социальных ценностей сложно. Социальные проблемы носят комплексный характер, неразрывны между собой и в тоже время оказывают как прямое, так и косвенное воздействие на уровень технологического и технического развития. Особое место мы отводим социальным проблемам, на первый взгляд, далеким от производства. Их уникальность обоснована практически полным теоретическим и политическим интересом в контексте модернизации. Морально-этические нормы и правила поведения, признанные предметом изучения энтузиастов, подавляющее большинство экономистов не принимают во внимание [1].

Радикальные изменения в экономической и производственной сферах требуют новых принципов поведения, отношений, стимулов и видов поощрений. Исторически сложилось, что проблемами нравственности, духовности, морали всегда интересовались философы. Экономисты занимались проблемами эффективности, минимизацией издержек, максимизацией прибыли и т. д. Общепризнанные ценности, такие, например, как доверие, уважение, ответственность, дисциплина, в отношениях партнеров оказались не востребованными. Внедряемые рыночные отношения, образно говоря, не нуждаются в «неэкономических затратах». В какой-то степени можно понять и объяснить негативное отношение последователей чисто экономических отношений и ценностей и принять их точку зрения о том, что духовность, нравственность неизбежно проявятся на более высоком уровне развития рыночных отношений. Данную позицию сложно назвать новой. Марксистская методология фундаментальных приоритетов материального и вторичности сознания длительное время была на вооружении социалистической экономики. Один из признанных ученых Макс Вебер в работе «Протестантская этика и дух капитализма» много внимания уделил формированию морально-этических основ ведения бизнеса. Работа «Типы господства» практически полностью посвящена описанию характеристик лидеров или руководителей. Все виды производственной деятельности носят коллективный характер, соответственно должен быть направляющий, вдохновляющий, убеждающий и т. д. По убеждению М. Вебера руководители всех уровней (не только политические) должны обладать «харизмой». Это такое качество человека, которое обладает сверхъестественными, сверхчеловеческими или, по меньшей мере, особыми силами и свойствами, не доступными другим людям. Можно в определенной степени уповать на природу, бога. Но возникает вопрос о механизмах распознавания, оценки, эффективного использования человеческих качеств, которые А. Печчеи определил следующим образом: «Применить свое собственное могущество, научившись предвидеть и предупредить любые нежелательные последствия своей деятельности, предотвращать вольное или невольное злоупотребление достигнутым человек может только благодаря соответствующей культурной эволюции» [2, с. 2].

Культура, определяя отношения человека к окружающей среде, формируя взаимосвязи между людьми, раздвигает границы минимального набора профессиональных навыков. Несмотря на выделение ее в отдельный предмет изучения, она остается мощным латентным регулятором социальных, экономических и производственных процессов. Нормативные требования в должностных инструкциях не содержат конкретных измерителей уровня общей культуры, морально-нравственные качества давно не являются приоритетными. Набор профессиональных навыков, как и сами профессии изменяются с высокой скоростью, неизменными остаются человеческие качества. Модернизация экономики создает совершенно новые условия использования трудового потенциала. Человек обязан будет постоянно обновлять общий и профессио-

нальный уровень знаний, приобретать новую профессию, менять направление трудовой деятельности. Приходится констатировать, что действующая система подготовки и переподготовки кадров, повышение профессионального мастерства, получение второго и третьего образования слабо востребованы на территории СНГ. Получение новых знаний обнажает проблемы финансирования. Образование, получив законодательный статус услуги, оказалось личным делом человека. Постоянно растет удельный вес обучающихся на платной основе. Жесткая регламентация организации образовательного процесса в значительной степени осложняет проблему расширения образовательного коридора. Современное общество сформулировало своеобразное отношение к образованию. Узкое понимание эффективности деятельности привело к тому, что учебные заведения вынуждены зарабатывать деньги. Цель и ценность образования оказалась в прямой зависимости материальных возможностей семьи, социального статуса, места жительства, материального и общественного статуса будущей профессии.

В системе образования сконцентрированы все социальные проблемы модернизации. На первый план, на наш взгляд, претендуют морально-нравственные качества человека. До настоящего времени остается без ответа вопрос о том, кто и как будет проводить модернизацию. Пользуясь приоритетами экономической выгоды можно после себя оставить в буквальном смысле пустыню, ухудшив условия жизни для определенных социальных слоев, увеличить заболеваемость, снизить трудоспособность и т. д. Модернизация, нацеленная на получение сиюминутной экономической выгоды, оказывает сущностное воздействие на состояние образования. Ограничение подготовки будущих специалистов узкопрофессиональным набором навыков ставит на повестку дня проблемы организации и развития научно-исследовательской работы. Низведение учреждений образования на уровень материальной нищеты вынуждает работать на несколько ставок, в нескольких учреждениях высшего образования, и, как следствие, огромное количество преподавателей давно забыло, что такое наука. Основной причиной низкой содержательности учебных курсов, учебников и учебных пособий является отстранение от реальной практики.

Модернизация экономики не может быть осуществлена в отдельно взятой стране. Миграционные процессы стали важной частью развития цивилизации. Поэтому унификация подготовки специалистов на постсоветском пространстве может оказать существенное влияние на скорость, границы и конечные результаты модернизации. В законодательных и исполнительных органах власти обсуждаются вопросы использования труда иммигрантов, принимаются определенные решения. Однако проблемы трудоустройства даже квалифицированных, образованных иммигрантов в Беларуси, России, на наш взгляд, с каждым годом только нарастают. Действующая система организации статистических органов не дает информации о подлинных потерях и выгодах принимающей стороны.

Проведение модернизации экономики требует создания системы не только признания, но и адаптации образования, полученного за пределами принимающей страны. Можно воспользоваться только опытом США, которые уже много лет проводят серьезную исследовательскую работу по проблемам миграции. Результаты ежегодно проводимых исследований Вашингтонским институтом миграционной политики лишней раз доказывают, что специалисты из разных стран с высоким профессиональным уровнем подготовки, но плохо владеющие английским языком, очень часто оказываются на неквалифицированных работах. Поэтому многие принимающие страны включают знание языка в число условий, требующихся для иммиграции. Тем самым страна приема ограничивает приезд людей с плохим знанием языка. Признание объективности процесса свободного перемещения граждан из одной страны в другую ставит на повестку дня вопрос о разработке и реализации системы эффективного использования труда иммигрантов.

Хотелось бы обратить внимание на тот факт, что роль и значение трудовой отдачи, поведение человека на производстве, особенно высокотехнологичном, растет гораздо быстрее, чем собственно внедрение достижений научно-технического прогресса. Ежегодно 26 апреля проходят различные мероприятия, посвященные печальной дате Чернобыльской катастрофы. Анализ выступлений, публикаций говорит об отсутствии научного, морально-этического интереса к проблемам роли человека в подготовке и проведении эксперимента. Соответственно остается вопрос кто и как будет проводить модернизацию экономики в целом и на конкретных предприятиях. На предприятиях полностью разрушена система подготовки и переподготовки кадров, ликвидирован институт наставничества. На нормативном уровне предприняты попытки внедрить социальное партнерство. Но дублирование международных правовых актов, к сожалению, оказывается малоэффективным.

Объединение социальных усилий в осуществлении модернизации экономики объективно обусловлено. Игнорирование социального компонента проявляется в увеличении количества и удельного веса безработных, низком уровне использования человеческого потенциала, а он остается наиболее надежным источником и механизмом развития цивилизации. Проблемы демографии, инфляция, гонка вооружений, загрязнение окружающей среды и многие другие последствия диверсификации экономики потребления создали реальную угрозу жизни. В этом контексте актуализируется комплекс противоречий дальнейшей технико-технологической модернизации. Сложно назвать пример эффективных международных мер по предотвращению негативных последствий. Каждый новый этап модернизации материального производства увеличивает количество и усложняет структуру социальных и экономических проблем. Еще недавно высшее образование позволяло человеку прожить жизнь без многих проблем. Сегодня накопленные знания и опыт все реже используются в полном объеме. Господствующей оценкой человеческого потенциала стал возраст. По необъяснимым причинам возраст отождествлен с высокими возможностями адаптации к новым условиям производственной деятельности. Хотя очевидно, что каждый новый этап технико-технологических изменений приводит к уменьшению затрат физического труда [3].

Гипотетически цивилизации требуется качественный скачок, прежде всего, в человеческом мышлении, переоценке ценностей и отношении человека к самому себе. Естественно, что длительная эксплуатация могущества материального производства и потребления сыграла свою роль. Накопление знаний происходит в основном в естественнонаучной сфере. Познание человека за тысячелетия со времен Аристотеля, Платона, Сократа незначительно продвинулось. Вполне закономерно встает вопрос о реалистичности радикальных изменений в социальном поведении человека. Суть социальных противоречий современной модернизации заключается в том, что с одной стороны человек оказался заложником реализуемой им экономики безграничного потребления и уничтожения ресурсов, с другой – изменения, которые он произвел в собственном жизненном мире, влекут за собой уничтожение старой культуры в условиях отсутствия новой. Человек, стремясь к материальному насыщению, не успевает адаптироваться. Проблемы современного этапа развития закономерно сводятся к самому человеку и его качествам.

В заключение еще раз хотелось бы обратиться к словам А. Печчеи: «Источники кризиса цивилизации лежат внутри, а не вне человеческого существа, рассматриваемого как индивидуальность и как коллектив. И решение всех проблем должно исходить, прежде всего, из изменения самого человека, его внутренней сущности» [2, с. 6]. Сложно не согласиться с ученым в том, что противоречия модернизации порождены человеком, их разрешение лежит в плоскости развития человеческих способностей для реализации благих целей. Только на первый взгляд кажется, что несовместимы цели технико-технологической и социальной модернизации, что между ними нет взаимосвязи. Реальность такова, что человек оказался перед важнейшим выбором своего дальнейшего существования, суть которого можно сформулировать следующим образом: либо человек обратит все способности, ресурсы на познание и совершенствование самого себя, либо останется в услужении материального потребления.

Список используемой литературы

1. **Гидденс, Э.** Социология / Э. Гидденс. – М. : Эдиториал УРСС, 1999. – 704 с.
2. **Печчеи, А.** Человеческие качества / А. Печчеи. – М. : Прогресс, 1980. – 302 с.
3. **Беккер, Г. С.** Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории : [пер. с англ.] / Г. С. Беккер ; науч. ред. Р. И. Капелюшников. – М. : ГУ ВШЭ, 2003. – 672 с.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОПЛАТЫ ТРУДА В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА УЧРЕЖДЕНИЙ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

В статье рассмотрены современные аспекты совершенствования оплаты труда в учреждениях высшего образования (УВО) Украины. Предложены направления совершенствования оплаты труда в УВО на макро- и микро-уровнях.

The article deals with modern aspects of improving wages in higher educational institutions of Ukraine. Directions of wages improvement in higher education at the macro and micro levels are proposed.

Ключевые слова: оплата труда; учреждение высшего образования; Национальная рамка квалификаций; Европейская рамка квалификаций.

Key words: wages; higher education institution; the National Qualifications Framework; European Qualifications Framework.

Современный этап развития высшего образования в Украине характеризуется интеграцией в образовательный процесс стран Европы, что обусловило совершенствование учебно-образовательного процесса, поиск нового в теории и практике обучения и воспитания студентов. Этот процесс требует совершенствования оплаты труда с целью развития профессиональных качеств педагогического коллектива и улучшения подготовки студентов в УВО.

Благодаря политике украинского правительства в начале XI в., в частности, присоединения к Болонскому процессу, были определены реформаторские шаги Украины к европейской интеграции в сфере высшего образования. Участие национальной высшей школы в образовательных преобразованиях способствует ее перспективному развитию и приобретению новых европейских качеств.

В современных условиях перед УВО возникли важные задачи, среди которых модернизация государственной системы контроля качества подготовки специалистов, создание внутривузовских систем управления качеством обучения, создание учебно-методического обеспечения подготовки высококвалифицированных специалистов, модернизация схемы финансирования, привлечение студентов в управление учебно-воспитательным процессом.

Реформирование системы высшего образования в Украине происходит в условиях постоянного роста объема информации, увеличения количества учебных дисциплин при неизменных сроках обучения в УВО, тогда как основной задачей профессионального образования остается подготовка высококвалифицированных специалистов, готовых к профессиональному росту, способных к самообразованию и самосовершенствованию.

Проблемы управления персоналом в УВО исследовали в своих трудах Е. А. Гришнова, А. М. Колот, Т. А. Костышина, Э. М. Либанова, Г. С. Лопушняк, И. Л. Петрова и др. Несмотря на существенные достижения в этом направлении, остаются актуальными вопросы совершенствования оплаты труда в управлении персоналом УВО Украины.

Целью статьи является исследование особенностей совершенствования оплаты труда в системе управления персоналом УВО Украины.

С переходом на рыночные условия хозяйствования возникла необходимость в новых организационно-экономических механизмах оплаты труда, которые бы учитывали современный характер управления персоналом высшей школы.

Оплата труда должна стать важным фактором результативности труда отдельного работника и учреждение образования в целом, основой формирования эффективного научно-педагогического потенциала работников.

Размер заработной платы должен определяться на основе затрат на воспроизводство рабочей силы и с учетом спроса на нее. Она также должна зависеть от результатов труда и в то же время влиять на показатели трудовой деятельности, стимулировать ее эффективность. Поэтому одной из основных задач, которые стоят перед руководителями УВО является поиск эффективных систем оплаты труда, которые обеспечивали бы рост результативности деятельности и ак-

тивности персонала. Повышение не только размера заработной платы, но и действенности всей системы оплаты труда – задача огромной социально-экономической значимости.

Существенную роль в совершенствовании оплаты труда имеет программа экономических реформ, которая разработана Комитетом по экономическим реформам при Президенте Украины в июне 2010 г.

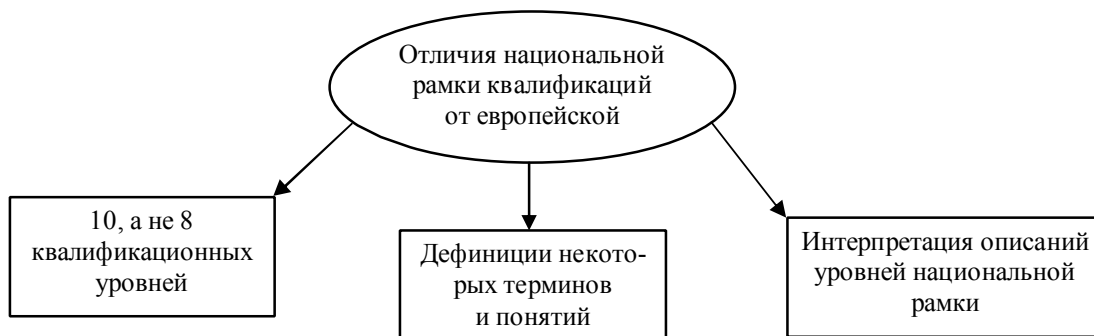
В этой программе задекларированы следующие задания:

- повышение эффективности финансирования образования, предусматривающее разработку и переход к единому стандарту стоимости обучения одного ученика (студента);
- в финансировании учреждений образования: перейти от принципа содержания заведений к принципу формирования их бюджетов в соответствии с количеством учеников и стандартам стоимости обучения одного ученика (студента);
- расширить полномочия учреждений образования использовать дополнительные средства благодаря легализации института благотворительных целевых некоммерческих фондов;
- использовать грантовую поддержку исследовательских проектов и образовательных инноваций;
- расширить список платных услуг, которые предоставляют учреждения образования;
- изменить подходы к формированию государственного заказа на подготовку специалистов на основе внедрения прогнозов потребности экономики (региона), внести изменения в бюджетный кодекс с целью повышения финансовой автономности учебных заведений;
- оптимизировать количество бюджетных программ в области образования;
- утвердить положение об образовательном округе;
- выработать рекомендации для местных советов относительно оптимизации сети общеобразовательных учреждений образования.

В программу экономических реформ включена разработка Национальной рамки квалификации. В соответствии с тем, что Украина взяла на себя некоторые обязательства, была осуществлена попытка адаптировать Европейскую рамку квалификаций к отечественным реалиям.

Национальная рамка квалификаций в значительной степени повторяет европейскую. Существенные отличия представлены на рисунке.

Отличия Национальной рамки квалификаций от европейской



10, а не 8 квалификационных уровней объясняется добавлением нулевого уровня (для дошкольного образования) и девятым для докторов наук. Отличием является дефиниция таких терминов и понятий, как «компетентность», «коммуникации». В Европейской рамке квалификаций используются понятия «знания», «умения», «коммуникации», «автономность», «ответственность» в другой интерпретации.

В программе экономических реформ индикаторами успеха в высшем образовании определены увеличение количества студентов дневной формы обучения на одного преподавателя до 18 (сегодня около 13); разработка профессиональных стандартов и модульных программ обучения для формирования компетенций не менее чем для 150 профессий (сегодня 5 в рамках эксперимента); наличие УВО Украины в основных международных рейтингах лучших университетов [1, с. 77–78].

В экономике Украины в современной организации оплаты труда существует целый ряд неразрешенных проблем, например:

- размеры заработной платы не всегда зависят от конкретных результатов труда отдельных работников и предприятия в целом;
- не создан действенный механизм социального партнерства;
- не определены до конца место и роль заработной платы в системе стимулов рыночной экономики;

• значительное усиление межотраслевой и региональной дифференциации заработной платы. Совершенствование оплаты труда в высшей школе в условиях трансформационных изменений в экономике Украины должно быть основой для следующего:

- повышения платежеспособного спроса населения на товары и услуги как фактора, который способствует повышению уровня жизни и экономическому росту производства;
- создания эффективных мотивов и стимулов к труду, повышение его качества и производительности;
- создания условий для формирования конкурентоспособного персонала;
- создания условий для реформирования социальной сферы как средства снижения государственных затрат и потенциального источника инвестиций в реальный сектор.

Процесс формирования системы оплаты труда в учреждениях образования должен включать следующие этапы: мониторинг конкурентной среды и оценки конкурентной ситуации в оплате труда в учреждениях образования; диагностику эффективности системы оплаты труда; выбор моделей формирования оплаты труда; разработку концепции и стратегии формирования системы оплаты труда; механизм реализации этой стратегии [2, с. 205].

Оценка эффективности системы оплаты труда в учреждениях образования представляет собой сложную задачу, поскольку, во-первых, фиксирует показатели не только уровня, структуры, организационно-экономического механизма оплаты труда, но и показатели качества, ресурсоемкости, прибыльности всей организации, в динамике и взаимозависимости друг с другом; во-вторых, на сегодняшний день отсутствуют международные стандарты оценки оплаты труда в УВО.

Формирование методики оценки системы оплаты труда необходимо осуществлять на основе ряда принципов, позволяющих рассматривать систему оплаты труда как комплексную систему взаимосвязанных показателей. Основными принципами оценки эффективности системы оплаты труда в УВО автор определяет системность, комплексность, согласованность, непрерывную изменчивость, устойчивое неравновесие, достаточность, соответствие.

Концептуальными основами совершенствования оплаты труда в УВО на макроуровне являются:

- определение мероприятий на государственном, региональном уровнях, направленных на обеспечение роста номинальной заработной платы и формирование источников ее дальнейшего повышения;
- обеспечение стабильного роста реальной заработной платы, основываясь на макроэкономической ситуации и финансово-экономическом состоянии УВО;
- совершенствование механизмов государственного и коллективно-договорного регулирования оплаты труда;
- возобновление функций заработной платы по расширенному воспроизводству рабочей силы и приближение ее уровня к реальной стоимости рабочей силы на рынке труда;
- реализация мероприятий по усилению защиты прав работника на своевременное получение заработной платы и снижения рисков в оплате труда.

Концептуальными направлениями совершенствования оплаты труда на микроуровне являются:

- обеспечение повышения цены рабочей силы с целью самодостаточного и качественного ее воспроизводства с учетом квалификации работника, условий и сложности труда, сопоставления спроса и предложения на рынке труда;
- обеспечение индивидуализации в организации заработной платы, усиление ее зависимости от уровня эффективности труда, профессионализма, квалификации, ответственности работника за результаты труда, творческого характера труда, что будет способствовать повышению трудовой активности и мотивации к эффективному труду;
- применение современных мотивационных и стимулирующих механизмов высокопроизводительного труда, в частности определения размера заработной платы путем применения оценки личного вклада и деловых качеств работника.

Таким образом, совершенствование оплаты труда в УВО способствует росту профессионализма, креативности, творчества в работе персонала, повышению конкурентоспособности как работников, так и УВО в целом.

Список использованной литературы

1. **Імператив** якості: вчимося цінувати і оцінювати вищу освіту : навч. посіб. / за ред. Т. Добка, М. Головянко, О. Кайкової, В. Терзіяна, Т. Тіхоненка. – Львів : Манускрипт, 2014. – 572 с.

2. **Костишина, Т. А.** Конкурентоспроможна система оплати праці: проблеми теорії та практики : моногр. / Т. А. Костишина. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 389 с.

УДК 339.5:330.35

В. М. Коновалов (vlad5k@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ПРОБЛЕМЫ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ БЕЛАРУСИ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ

В статье рассматриваются проблемы взаимосвязи внешней торговли и динамики роста экономики Республики Беларусь, обоснованы некоторые актуальные направления стабилизации экономического роста и внешней торговли. Акцентировано внимание на проблеме выравнивания торгового баланса страны.

The article discusses the relationship between foreign trade and economic growth of the Republic of Belarus dynamics, grounded some current trends stabilize economic growth and foreign trade. The attention to the problem of balancing the country's trade balance.

Ключевые слова: внешняя торговля; экономический рост; торговый баланс; конкурентоспособность.

Key words: foreign trade; economic growth; trade balance; competitiveness.

Более 50% ВВП Беларуси традиционно реализуется на внешнем рынке. Поэтому успешное осуществление и расширение внешней торговли является необходимым условием стабилизации и ускорения роста белорусской экономики. Однако накопившиеся в последние годы проблемы внутреннего и внешнего характера вызвали сначала уменьшение оборота внешней торговли, затем – отрицательную динамику экономического роста (с 2015 г.). Таким образом, осмысление причин данных проблем и возможных вариантов их устранения приобрело особую актуальность.

В соответствии с прогнозами Международного валютного фонда (МВФ) и Всемирного банка начало 2010-х гг. позиционировалось как период окончательного выхода из кризиса и начало длительного подъема мировой экономики. Предполагалось, что на волне ускорения оборота мирового рынка, объем внешней торговли Беларуси также существенно увеличится и обеспечит соответствующее ускорение роста ВВП. Частично эти надежды оправдались: в 2010 г. экономический рост составил 7,6% (после практически нулевого роста в 2009 г.). Однако короткий период подъема в мировой экономике в 2010 – первой половине 2011 г. сменился замедлением роста, обострением международной конкуренции и, как следствие, снижением спроса на белорусский экспорт. После введения экономических санкций и резкого снижения мировых цен на нефть в 2014–2015 гг. начался спад ВВП в России, торговля с которой имеет критически важное значение для белорусской экономики. Негативное воздействие на внешнюю торговлю Беларуси (как и некоторых других стран) оказало замедление экономического роста в Китае.

В этой ситуации обострились традиционные проблемы внешней торговли Беларуси, усилилась потребность в совершенствовании системы инструментов внешнеторговой политики и поиске новых рынков.

Важнейшей проблемой внешней торговли Беларуси с конца 90-х гг. XX в. и до настоящего времени является отрицательное сальдо торгового баланса страны. Высокие темпы экономического роста в течении длительного времени (до кризиса 2009 г.), сопровождалась довольно

быстрым увеличением отношения отрицательного сальдо внешней торговли к ВВП. В 2005 г. этот показатель составил –2,4%, в 2007 – –9,8, в 2010 – –13,7% (таблица).

Экономический рост и динамика внешней торговли, %

Годы	Рост ВВП	Прирост экспорта	Прирост импорта	Сальдо внешней торговли товарами и услугами к ВВП
2005	8,4	16,0	1,3	-2,4
2006	9,8	23,5	33,8	-7,1
2007	9,5	23,0	28,4	-9,8
2008	10,0	34,6	37,2	-11,2
2009	0,2	-34,6	-27,5	-11,8
2010	7,6	18,4	22,0	-13,6
2011	5,6	58,8	29,7	-2,1
2012	1,7	11,5	11,5	4,5
2013	0,9	-15,2	-15,2	-3,2
2014	1,7	-1,7	-5,6	-0,6
2015	-3,9	-24,2	-25,4	0,3

Примечание – Источник [1, с. 17–21].

Многие аналитики связывают устойчивый рост отрицательного сальдо торгового баланса в тот период с удорожанием импорта природного газа, сырой нефти и другого сырья, которые используются при изготовлении основных экспортных товаров. Таким образом, удорожание импорта рассматривается в качестве источника растущих издержек производства, как следствие, экспорт теряет ценовую конкурентоспособность, увеличивается отрицательное сальдо внешней торговли. При этом часто не учитывается тот факт, что основной объем сырьевого экспорта составляют нефть и природный газ из России, по ценам существенно ниже цен мирового рынка, что создало предпосылки для формирования в белорусской экономике признаков «голландской болезни». В частности, это проявилось в оттоке интеллектуальных ресурсов в сектор переработки и транспортировки энергетического сырья, а также в устойчивом сокращении абсолютной величины и доли машиностроительного сектора белорусской экономики.

Данные таблицы отражают достаточно четкую корреляцию между изменением динамики экономического роста и темпами изменения экспорта и импорта. Исключение составляет 2009 г., в течение которого отрицательное сальдо торгового баланса продолжало увеличиваться, а экономический рост практически прекратился. По нашему мнению, данная ситуация нетипична для белорусской экономики и обусловлена абсолютным преобладанием действительно внешних факторов влияния на состояние национальной экономической конъюнктуры. По данным МВФ, в 2009 г. даже мировой ВВП сократился примерно на 3% [2].

В последующие годы снижение темпов роста, а затем и уменьшение ВВП обусловлено преимущественно внутренними факторами. Причины внутреннего характера в решающей мере обусловили и уменьшение общего оборота внешней торговли. Замедление темпов роста и спад ВВП (с 2015 г.) сопровождается уменьшением отрицательного и формированием положительного сальдо торгового баланса (2012, 2015). Таким образом, возникает противоречивая альтернатива – высокие темпы роста ВВП и увеличение отрицательного сальдо во внешней торговле (и рост внешнего долга) или рецессия и положительное сальдо в торговле.

В ряду проблем, ограничивающих динамику ВВП и внешней торговли, отмечается так же недостаточный прогресс в улучшении качественных параметров внутреннего экспортного потенциала белорусской экономики. То есть при производстве экспортных товаров часто используются устаревшие технологии и недостаточно производительное оборудование. В свою очередь причинами медленного внедрения производственных инноваций и, как следствие, низкой конкурентоспособности белорусского экспорта, считается, прежде всего, низкая мотивация инновационной деятельности субъектов хозяйствования (характерная черта плановой экономики), а также недостаточное финансирование модернизации экспортоориентированных предприятий. Безусловно, отмеченные проблемы существенно осложняли процесс реализации внешне-торговой политики Беларуси (в лучшие времена) и обострились в настоящее время.

Однако, по нашему мнению, главным источником внутренних проблем белорусской экономики в целом и причиной несбалансированности внешней торговли в частности является недостаточная включенность национальной экономики в систему международного разделения

труда и международной кооперации производства, что противоречит одной из основных тенденций развития мировой экономики – интернационализации производства. Важной особенностью и проблемой роста является также критическая зависимость национального производства от импорта. По имеющимся данным, доля промежуточных товаров в стоимости импорта превышает 60%. Таким образом, в стране сложилась система «импортозависимого роста», при которой увеличение импорта (в большей мере, чем увеличение экспорта) является необходимым условием и ускорения роста ВВП, и увеличения экспорта. Причем абсолютно преобладающая доля промежуточного импорта идет из России. Следует отметить, что значительная часть белорусского экспорта также предназначена для российского рынка.

В этой ситуации любое ухудшение развития российской экономики становится фундаментальной проблемой для Беларуси.

Доминирующие позиции в структуре импорта и по стоимости, и в аспекте влияния их на общую динамику внешней торговли занимают энергоносители, производимые нефтеперерабатывающей промышленностью. Продукция, произведенная из нефти, уже несколько лет составляет около трети стоимости общего объема экспорта и является основным источником доходов от внешней торговли.

Традиционно, важные позиции в структуре белорусского экспорта занимает и продукция машиностроения. Особое значение для машиностроительного комплекса белорусской экономики имеет импорт комплектующих и узлов для сборки автомобилей, тракторов, металлообрабатывающих станков и бытовой техники. В рамках машиностроительного комплекса осуществляют хозяйственную деятельность крупные государственные предприятия, в значительной степени обеспечивающие рост ВВП, занятость и создающие условия для развития смежных отраслей. Именно в этой сфере интернационализация производства может обеспечить достаточный уровень международной конкурентоспособности, расширение производства и закрепление белорусских производителей на мировом рынке. Однако представляется, что в роли приоритетных партнеров в процессе международной кооперации производства следует рассматривать предприятия и корпорации из наиболее развитых стран, обладающие наиболее эффективными технологиями и менеджментом.

В программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2010–2015 гг. и планах развития на текущий период 2016–2020 гг. в качестве приоритетной задачи рассматривается поддержание стабильных темпов роста ВВП как условие реализации других основных целей национальной экономики [3]. Поэтому до последнего времени инструменты политики регулирования внешней торговли, в основном, были ориентированы на поддержку позиций ключевых государственных предприятий-импортеров, в решающей степени обеспечивающих рост ВВП и экспорта. К числу таких инструментов следует отнести следующее:

- регулирование валютного курса в пользу импортеров, т. е. завышение курса белорусского рубля по сравнению равновесным уровнем;
- использование тарифных и нетарифных инструментов для защиты национальных производителей от иностранных конкурентов на внутреннем рынке;
- широкое использование (в основном) односторонних преимуществ в условиях доступа белорусских товаров на внутренний рынок России (до 2011 г.).

Однако преобладание государственного сектора в экономике, использование элементов планового директивного регулирования экономики является основным препятствием эффективной включенности белорусских предприятий в международную кооперацию производства с предприятиями стран с развитой рыночной экономикой.

Определенные надежды на ускорение роста экономики и расширение внешней торговли связывались с ЕАЭС, куда Беларусь вступила в 2010 г. Однако с начала 2011 г. условия торговли с партнерами по ЕАЭС для Беларуси заметно усложнились. В частности, выяснилось, что некоторые улучшения условий для экспорта в Казахстан не компенсируют последствия устранения тарифных и нетарифных барьеров на пути российского и казахстанского экспорта в Беларусь. Белорусские производители несут потери от усиления конкуренции на собственном рынке со стороны производителей стран – партнеров по Таможенному союзу. Основная причина в том, что белорусский экспорт и до создания ЕАЭС достаточно свободно поступал на российский рынок (за исключением нескольких кратковременных торговых конфликтов). В то же время доступ российских и казахстанских товаров на белорусский рынок существенно ограничивался с помощью тарифных и особенно нетарифных инструментов.

С момента вступления Беларуси в единое таможенное пространство с Россией и Казахстаном на территории республики действует единая для ЕАЭС система регулирования внешней торговли с третьими странами. В соответствии с достигнутыми соглашениями, наибольшие изменения в последнее время произошли в системе нетарифного регулирования внешней торговли. До 1 января 2010 г. нетарифное регулирование экспорта и импорта осуществлялось на основе закона Республики Беларусь «О государственном регулировании внешнеторговой деятельности» от 25 ноября 2004 г. В соответствии с данным законом и другими нормативными актами белорусской стороной активно применялись такие меры нетарифного регулирования, как квотирование, лицензирование, сертификация, применение акцизных марок, установление предельных минимальных цен, фитосанитарный и ветеринарный контроль и некоторые другие.

Теперь особые запреты и ограничения во внешней торговле могут вводиться только с помощью общих нормативных документов или по специальному решению Комиссии Таможенного союза.

Таким образом, в условиях ЕАЭС произошли существенные изменения в системе нетарифного регулирования внешней торговли Беларуси. Последствия этих изменений неоднозначны. С одной стороны, происходит взаимное устранение тарифных и нетарифных ограничений в торговле, формируется широкий общий рынок, что расширяет возможности для торговли товарами и обмена ресурсами. С другой стороны, Беларусь теряет право на самостоятельный выбор инструментов внешнеторговой политики для защиты интересов национальных производителей и одностороннего стимулирования собственного экспорта. Кроме того, в соответствии с тенденцией унификации хозяйственной деятельности с другими странами ЕАЭС Беларусь вынуждена расширять рыночный сектор экономики, что не соответствует официальной экономической доктрине.

Таможенный союз, вероятно, стимулировал и развитие еще одной проблемной тенденции последнего времени в белорусской экономике – ускорился отток частного бизнеса из Беларуси. Учитывая, что большинство предприятий частного сектора ориентированы на экспорт, это может стать дополнительным фактором ухудшения баланса внешней торговли.

Завышение курса белорусского рубля все последние годы было важным инструментом стимулирования деятельности белорусских импортеров, что обеспечивало и высокие темпы экспорта и экономического роста до кризиса 2009 г. Однако по этой же причине опережающими темпами (по сравнению с производительностью труда) росли совокупные реальные доходы, что стимулировало спрос на импорт и, как следствие, нарастало отрицательное сальдо торгового баланса. Именно в условиях членства в ЕАЭС, в последние 5–6 лет заметно ускорилось увеличение внешней задолженности страны.

Существенное воздействие на динамику внешней торговли оказал процесс быстрой девальвации белорусского рубля в 2011 г., а затем и в 2015 г. За январь – июль 2011 г. экспорт увеличился на 57,4% в годовом измерении. Вследствие ухудшения условий деятельности импортеров возникла тенденция к выравниванию сальдо торгового баланса. Существенное снижение курса белорусского рубля к основным резервным валютам в течение 2015 г. принесло противоречивые результаты. На фоне уменьшения ВВП на 3,9% в прошлом году сальдо внешней торговли товарами и услугами достигло положительного значения. Однако очевидно, что альтернатива, состоящая в выборе между положительным сальдо внешней торговли и экономическим ростом неприемлема.

Правительство Беларуси разрабатывает различные мероприятия, направленные на стабилизацию внешней торговли и ускорение экономического роста. В частности, в 2015–2016 гг. заметно активизировалась работа по поиску новых внешних рынков сбыта товаров и услуг [4].

Очевидно, что назрела необходимость реструктуризации экономики в целом, диверсификации внешней торговли и совершенствования инструментов реализации внешнеторговой политики. Многие аналитики отмечают также целесообразность значительного улучшения инвестиционного климата и привлечения в белорусскую экономику транснациональных корпораций из развитых стран, способных модернизировать ключевые предприятия и имеющих широкий доступ на международные рынки. Также очевидно, что это важная часть стратегии более эффективной включенности белорусской экономики в систему международного разделения труда и международную кооперацию производства.

Но в условиях специфической экономической модели, основанной на доминирующей роли государства в системе общественного производства, более важным условием повышения эффективности внешней торговли является государственная политика всемерного стимулирования отраслей (в том числе посредством приватизации), производящих товары с высокой до-

лей добавленной стоимости и высокотехнологичные услуги производственного назначения. Это позволит улучшить структуру белорусской экономики, уменьшить зависимость производства от сырьевого и промежуточного импорта, повысить норму добавленной стоимости, увеличить национальную конкурентоспособность и таким образом сократить отрицательное saldo торгового баланса и создать импульс для возобновления экономического роста.

Список использованной литературы

1. **Внешняя** торговля Республики Беларусь. Статистический справочник. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2015. – С. 17–21.
2. **Сайт** Министерства иностранных дел Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.mfa.gov.by/>. – Дата доступа : 30.06.2016.
3. **Официальный** сайт Национального банка Республики Беларусь. Статистика внешне-экономической деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.nbrb.by/statistics/BalPay/Indicators6/Annual/>. – Дата доступа : 30.06.2016.
4. **Телеш, И. Л.** Развитие производственной кооперации и стимулирование экспорта совместнопроизведенной продукции предприятиями ЕАЭС / И. Л. Телеш // Экон. бюллетень НИ-ЭИ М-ва экон. Респ. Беларусь. – 2016. – № 5.

УДК 334.735:347.7

Ж. Ч. Коновалова (konovalova65@mail.ru),
канд. юрид. наук, доцент
Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ОБЩЕСТВО: ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ

В статье анализируются особенности правовой природы потребительского общества и обосновывается отношение данного юридического лица к кооперативам смешанного типа.

The article analyzes features of legal nature of cooperative society, as well as grounds attribution of given legal body to cooperative society of a mixed type.

Ключевые слова: кооператив, потребительский кооператив, производственный кооператив, смешанный кооператив, потребительское общество.

Key words: cooperative, consumers cooperative, production cooperative, mixed cooperative, cooperative society.

Потребительское общество в Республике Беларусь представляет собой разновидность юридических лиц и в таком качестве является самостоятельным субъектом гражданского права. Правовая природа потребительских обществ в действующем законодательстве определяется отношением их к группе некоммерческих организаций – потребительских кооперативов (пункт 6 ст. 116 Гражданского кодекса Республики Беларусь (далее – ГК).

ГК требует обязательного использования в наименовании потребительского кооператива понятий «кооператив», «потребительский союз» либо «потребительское общество» (пункт 3 ст. 116). Вместе с тем выделение потребительского общества из числа потребительских кооперативов произведено в законе Республики Беларусь «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Республике Беларусь» (далее – Закон о потребительской кооперации), где указано, что использование термина «потребительское общество» в наименовании других потребительских кооперативов запрещается [1].

По мнению автора, соотношение понятий «потребительский кооператив» и «потребительское общество» требует уточнения, поскольку юридические лица, в названии которых присутствуют эти понятия, могут преследовать различные цели и иметь различающие принципы управления.

В действующем законодательстве закреплено определение потребительского кооператива: добровольное объединение граждан и юридических лиц на основе членства с целью удовлетворения материальных (имущественных) и иных потребностей участников, осуществляемое путем объединения его членами имущественных паевых взносов (пункт 1 ст. 116 ГК).

Потребительское общество – добровольное объединение граждан и (или) юридических лиц в форме кооператива с целью удовлетворения их материальных (имущественных) и иных потребностей, осуществляемое путем объединения его членами имущественных паевых взносов (ст. 1 Закона о потребительской кооперации).

В законодательстве России в определение потребительского общества добавлено, что общество создается, как правило, по территориальному признаку для торговой, заготовительной, производственной и иной деятельности.

Важнейшим признаком потребительского общества как юридического лица является отнесение его к кооперативам, что следует из ст. 116 ГК. Поэтому признаки потребительского общества как разновидности юридических лиц целесообразно рассматривать с учетом общих признаков кооператива.

Основным приемом определения любого понятия в науке является использование ближайшего родового и видового отличия. Как род и вид соотносятся, например, понятия юридическое лицо и кооператив, кооператив и потребительский кооператив. Такой подход позволяет выделить черты, свойственные любой кооперативной организации, и на этой основе анализировать признаки потребительского общества, необходимые для того, чтобы сформулировать его определение, отграничить его от других кооперативов (в том числе и потребительских).

Надо также отметить, что указанный подход избран законодательством в отношении правового регулирования деятельности хозяйственных товариществ и обществ в параграфе 2 гл. 4 ГК как группы юридических лиц, обладающих сходными чертами при всем различии их организационно-правовых форм. Организационно-правовые формы конкретных кооперативов могут относиться к коммерческим (производственные кооперативы) или некоммерческим (потребительские кооперативы) юридическим лицам.

Однако исследователи обращают внимание на неопределенность и условность такого деления юридических лиц, особенно применительно к кооперативам [1–3]. Получение прибыли в качестве основной цели всегда противопоставляется основной цели кооператива – удовлетворению потребностей своих членов. Именно общность черт всех кооперативов объективно требует отражения в действующем законодательстве.

Общепризнанным в теории кооперации считается определение кооператива, данное в Декларации о кооперативной идентичности: кооператив – это самостоятельная организация людей, добровольно объединившихся с целью удовлетворения своих общественно-экономических, социальных и культурных потребностей с помощью совместно владимого и демократически управляемого предприятия.

Нормативные определения кооператива известны отечественной правовой практике с 1917 г., когда в России было принято Положение о кооперативных товариществах. В законе СССР «О кооперации» 1988 г. также содержалось общее определение кооператива.

Среди современных нормативных актов законом «О кооперативах и их объединениях (союзах)», принятом на Межпарламентской Ассамблее государств – участников СНГ в 1997 г., кооператив определяется как добровольное объединение граждан на основе членства с целью удовлетворения своих материальных потребностей путем организации на демократических началах совместной деятельности, предусмотренной уставом, и объединения его членами имущественных (паевых) взносов.

Ученые-экономисты, делая основной акцент на цель создания кооператива, выделяют следующие его признаки:

- хозяйственная и одновременно социальная организация;
- демократическое управление и контроль, выборность и подотчетность всех руководящих органов общему собранию;
- материальное участие членов кооператива в образовании его средств (фондов) путем уплаты членских взносов, активного постоянного участия в хозяйственных операциях кооператива и трудового участия, которое иногда обязательно;
- материальная ответственность членов кооператива по его обязательствам, которая может быть как ограниченной, так и неограниченной;
- наличие системы кооперативного образования и осуществление иной социальной деятельности;
- сотрудничество кооперативов различных видов [4].

Можно заметить, что указанные признаки в целом воспроизводят принципы, сформулированные в Декларации о кооперативной идентичности, принятой на XXXI Конгрессе Международного кооперативного альянса в г. Манчестере в 1995 г.

На наш взгляд, из приведенных выше признаков кооператива требует отражения в законодательстве характеристика любого кооператива как добровольного объединения физических и (или) юридических лиц на основе специфических принципов, определяющих кооперативный характер деятельности создаваемой организации. В пользу этого утверждения говорит и тот факт, что в современных научных исследованиях организационно-хозяйственные принципы деятельности юридического лица, в том числе и кооперативной организации, отнесены к элементам его гражданско-правового статуса.

Разделяя мнение Л. А. Козыревской о том, что принципы организации и деятельности потребительского общества являются системообразующими для всей потребительской кооперации, мы считаем, что эти принципы должны найти отражение в действующем законодательстве как общие для любого вида кооператива [5]. При этом конкретное наполнение правовым содержанием того или иного принципа может зависеть от типа и вида кооператива, от тех задач, которые ставит перед ним государство.

В то же время, нельзя согласиться с мнением С. В. Тычинина о том, что нет необходимости формулировать в законе определения отдельных видов кооперативов, а достаточно определения кооператива, основанного на общекооперативных принципах [3].

Представляется, что существование общей формулировки кооператива не исключает необходимости отражения в законодательстве специфики отдельных типов и видов кооператива. Включение в действующее законодательство такого определения соответствует требованиям, предъявляемым к нормативным документам, признанию самостоятельности данной формы юридических лиц, и характеризует системный подход к указанному объединению лиц.

В отличие от России, где законодательные акты о кооперативах формировались более активно, в Беларуси не созрели предпосылки для принятия кодифицированного акта о кооперативах (общего закона либо кооперативного кодекса). Для Беларуси в настоящее время более подходящим вариантом является внесение изменений в ГК и конструирование в нем положений о кооперативах по аналогии с хозяйственными товариществами и обществами.

В теории кооперации выделяются также типы и виды кооперативов. Тип кооператива определяется сферой его экономической деятельности. Принято выделять три типа кооперативов в зависимости от сферы их деятельности: производственные (основная сфера их деятельности – производство материальных благ или услуг); потребительские (основная функция – потребление товаров или услуг); смешанные, или многоуровневые (в них нет явно преобладающих функций).

Типы кооператива с точки зрения их отражения в законодательстве – производственные (ст. 107–112 ГК) и потребительские (ст. 116 ГК) – рассматриваются в качестве самостоятельных организационно-правовых форм юридических лиц. В законодательстве не выделен смешанный тип кооператива, что нельзя признать правильным, так как сведение всего многообразия кооперативных форм хозяйствования к двум типам кооперативов не в полной мере способствует их развитию.

Кооперативы делятся на виды по разным классификационным критериям: местонахождению (городские и сельские), социальному составу (рабочих, мелких предпринимателей и других), отраслевой принадлежности (сельскохозяйственные, строительные, транспортные, кредитно-банковские и др.). Указанные классификационные критерии принимаются во внимание при правовом регулировании деятельности кооперативов в разных странах.

Видовое деление кооперативов в белорусском законодательстве в целом осуществляется на основе отраслевого подхода, отражающего предметный характер деятельности кооперативов. Такой подход окончательно сформировался в период новой экономической политики в 20-е гг. XX в.

В настоящее время выделен примерный перечень потребительских кооперативов: жилищные, жилищно-строительные, гаражные кооперативы, молодежные жилые комплексы, кооперативы индивидуальных застройщиков, садоводческие товарищества, потребительские общества, которые отнесены к видам потребительских кооперативов (ч. 6 ст. 116 ГК).

Однако специфика предметного характера деятельности потребительского общества отнюдь не вытекает из его названия, как это происходит с другими видами потребительских кооперативов. Место кредитной и сельскохозяйственной кооперации при таком подходе законодателя вообще не определено на уровне ГК.

Все вышеизложенное позволяет сделать вывод о том, что в действующем в Беларуси законодательстве не в полной мере используется общепринятая классификация кооперативов, что оказывает негативное влияние на развитие указанной формы юридических лиц. Можно констатировать необходимость адекватного отражения в законодательстве Республики Беларусь научных подходов к типологии кооперативов, в частности, допуская возможность существования кооперативов смешанного типа.

Следует отметить, что из числа потребительских кооперативов потребительское общество выделяется следующими признаками:

- обеспечением экономических и социальных интересов своих членов, а также обслуживаемого населения посредством осуществления предпринимательской деятельности;
- включением потребительского общества в систему организаций потребительской кооперации;
- территориальным характером деятельности;
- наличием либо отсутствием кооперативных участков, определяющих особенности управления потребительским обществом;
- специальным порядком формирования имущественных фондов и распоряжения ими с учетом полномочий вышестоящих кооперативных структур (союзов потребительских обществ);
- формальными признаками, требуемыми законодательством для указанной организации: минимальное число учредителей (не менее 3), специальное наименование.

Представляется, что потребительское общество по предмету своей деятельности относится к кооперативам смешанного типа. В пользу данного утверждения можно привести несколько аргументов.

Особенности потребительского общества связаны с целью и предметом его деятельности, ее направленностью не только на обеспечение интересов своих членов (как в классическом потребительском кооперативе), но и на удовлетворение потребностей населения страны. Целью любого кооператива является реализация экономических интересов его членов. У потребительского общества объективно сформировалась еще одна цель – получение прибыли, так как без нее невозможно решение стоящих перед потребительской кооперацией задач.

К видам деятельности, которыми занимается потребительское общество, по Закону о потребительской кооперации, относятся оптовая и розничная торговля, производство сельскохозяйственной продукции, пищевых продуктов, закупка у граждан и юридических лиц сельскохозяйственной продукции и сырья, т. е. сугубо хозяйственная деятельность. Потребительское общество является субъектом хозяйствования, о чем свидетельствуют установленный для него порядок регистрации, а также выполняемые им задачи.

Анализ задач потребительской кооперации, приведенных в ст. 2 Закона о потребительской кооперации, показывает, что они могут быть реализованы через участие не просто в хозяйственной, а именно в предпринимательской деятельности. На это обстоятельство обращает внимание С. В. Тычинин, когда относит к специфике потребительского общества необходимость ведения коммерческой деятельности [3].

Однако в законодательстве Беларуси подчеркивается, что осуществление предпринимательской деятельности должно служить достижению целей, ради которых создано потребительское общество как некоммерческая организация.

Несмотря на отнесение потребительского общества к числу субъектов хозяйствования, следует учитывать, что оно является некоммерческой организацией. Такие организации обязаны указывать в учредительных документах предмет деятельности (пункт 2 ст. 48 ГК).

Характеризуя предмет и цели деятельности потребительского общества, следует учитывать, что потребительская кооперация уже давно обслуживает не только своих членов, но и все сельское, а частично и городское население. Это обстоятельство нашло отражение и в ст. 1 Закона о потребительской кооперации.

Следует отметить, что при таких же целях потребительского общества в Российской Федерации пайщик определяется как социальная основа потребительской кооперации, наличие у него преимуществ по сравнению с населением (т. е. клиентами потребительских обществ) более очевидно, чем в Беларуси. Представляется, что для развития потребительской кооперации в Беларуси включение в законодательство положений о формах участия в хозяйственной деятельности, конкретных преимуществах членов потребительского общества вполне оправдано и целесообразно.

Таким образом, исходя из предмета деятельности потребительского общества в современных условиях, можно говорить о его преобразовании в кооператив смешанного типа, что должно найти свое адекватное отражение в законодательстве Беларуси.

Список использованной литературы

1. **Абова, Т. Е.** Производственные кооперативы в России. Правовые проблемы теории и практики / Т. Е. Абова // Государство и право. – 1998. – № 3. – С. 71–83.
2. **Минина, Е. Л.** Сельскохозяйственная кооперация: правовое регулирование / Е. Л. Минина // Государство и право. – 1997. – № 11. – С. 36–37.
3. **Тычинин, С. В.** Организационно-уставные отношения в потребительских кооперативах : учеб. пособие / С. В. Тычинин. – Белгород : Кооп. образование, 2003. – 135 с.
4. **Макаренко, А. Н.** Теория и история кооперативного движения : учеб. пособие / А. Н. Макаренко. – М. : ИВЦ «Маркетинг», 1999. – 328 с.
5. **Козыревская, Л. А.** Гражданско-правовой статус организаций потребительской кооперации в Республике Беларусь : автореф. дис. ...канд. юрид. наук: 12.00.03 / Л. А. Козыревская / Бел. гос. экон. ун-т. – Минск, 2003. – 19 с.

УДК 339.16.012.34

А. З. Коробкин (kafedra126@mail.ru),

канд. экон. наук, доцент

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СУЩНОСТИ И ИЗМЕРЕНИЮ СОЦИАЛЬНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ КООПЕРАТИВНОЙ ТОРГОВЛИ

В статье раскрыта сущность социальной эффективности торговли как экономической категории, определен критерий социальной эффективности торговли; предложена к использованию на практике система показателей оценки социальной эффективности торговли, состоящая из нескольких подсистем. По отдельным показателям представлен порядок расчета.

The article discloses the essence of social efficiency of trade as an economic category, determines the criterion of social efficiency of trade; to be put into practice, the system of activities of assessment of social efficiency of trade consisting of several sub-systems has been suggested. Method of calculation of distinct activities has been submitted.

Ключевые слова: социальная эффективность торговли; система показателей; критерий эффективности; покупательный спрос; товарооборот.

Key words: social efficiency of trade; system of indicatives; criterion of efficiency; purchasing demand; commodity turnover.

Актуальность статьи определяется, прежде всего, тем, что в соответствии Концепцией развития потребительской кооперации на 2016–2020 гг. основной целью развития кооперативной торговли является наиболее полное обеспечение потребностей населения в широком спектре высококачественных товаров по доступным ценам при опережающем развитии новых объектов современного формата, формирование комфортной потребительской среды в зоне деятельности Белкоопсоюза через развитие многоформатной инфраструктуры [1, с. 6].

Успешному достижению этой цели, по мнению автора, будет способствовать реализация потребительской кооперацией своей социальной функции по обслуживанию сельского населения. Поэтому исследование сущности и подходов к измерению социальной эффективности кооперативной торговли обуславливает практическую значимость статьи.

К исследованию сущности и инструментария экономической оценки социальной эффективности торговли обращались практически все отечественные ученые, исследующие экономические проблемы сферы товарного обращения. Среди них Н. П. Писаренко, А. М. Фридман, К. А. Раицкий, С. Н. Лебедева, Г. А. Короленок, Г. Г. Иванов, И. А. Бланк, А. А. Кудрявцев, Л. И. Кравченко, В. И. Иваницкий, А. И. Савинский, А. И. Капштык, Н. С. Шелег, Р. П. Валевич и др. Однако отдельные аспекты, отражающие специфику торговой деятельности потреби-

тельской кооперации, предложенные в статье, не нашли должного отражения в трудах вышеуказанных ученых, что также делает ее актуальной.

Термин «эффективный» (от лат. *effectivus*) – действенный, дающий нужные либо наилучшие результаты. Следовательно, «эффективность» – это понятие, обозначающее результативность функционирования системы какого-либо рода. Оно может быть применено к общественному производству в целом, к отдельным его сферам (производство, обращение, обмен и потребление), отдельным отраслями экономики и, наконец, отдельным организациям. В связи с этим можно говорить не только об эффективности общественного производства в целом, но и об эффективности отдельных его сфер, в том числе эффективности сферы обмена, а внутри последней – отраслей, составляющих эту сферу, торговли в частности, и, наконец, эффективности отдельных организаций торговли.

Эффективность организации торговли проявляется в единстве и уровне решения экономических и социальных задач, а это значит, что, во-первых, категория эффективности торговли относится к эффективности воспроизводства, как частное к общему и единичное к целому. Данная категория охватывает более узкую группу отношений эффективности – отношения по повышению результативности торговли. Во-вторых, критерии и показатели эффективности торговли должны составлять взаимосвязанную единую систему в процессе воспроизводства.

Эффективность хозяйственно-финансовой и коммерческой деятельности организаций потребительской кооперации, основным видом деятельности которых является розничная торговля, необходимо рассматривать и оценивать как в экономическом, так в социальном и социально-экономическом аспектах в силу функционального назначения кооперативной торговли. Поэтому по характеру проявления эффективность торговли потребительской кооперации можно классифицировать на три вида: *экономическая, социальная и социально-экономическая*.

Социальная эффективность кооперативной торговли рассматривается как мера удовлетворения спроса обслуживаемого потребительской кооперацией населения при соответствующем качестве товаров и услуг и оптимизации затрат покупателей на их приобретение.

В широком плане качество обслуживания покупателей является неперенным атрибутом конкуренции производителей и продавцов за потребителя, качество торговли является основным социально-экономическим критерием, позволяющим не только получить прибыль, но и повышать экономическую эффективность торговли. Тем самым одновременно повышается и ее социальная эффективность.

Несмотря на особую актуальность вопросов социальной эффективности торговли, они до сих пор в научной литературе освещены недостаточно полно.

С учетом особенностей кооперативной торговли с точки зрения ее близости к потребителям ее социальный эффект можно рассматривать в виде внешнего и внутреннего эффектов. Внешний социальный эффект торговли – это эффект, получаемый населением от торговли, или эффект обслуживания. Эффект, связанный с улучшением условий и характера труда, жизни и быта самих работников торговли представляет ее внутренний социальный эффект.

Первый эффект социальной эффективности кооперативной торговли является результатом работы организаций торговли с обслуживаемым контингентом населения и проявляется через объем реализованного спроса в розничном товарообороте.

Можно предположить, что внутренний социальный эффект торговли и проявляется через материальное вознаграждение персонала в фонде заработной платы и других выплатах работникам.

Социальный эффект покупателей и социальный эффект работников кооперативной торговли взаимосвязаны и взаимообусловлены. Социальный эффект работников торговли выступает в качестве фактора социального эффекта населения, т. е. улучшение условий работы и жизни работников влияет на качество торгового обслуживания, а последнее, как указывалось выше, в свою очередь является фактором повышения социальной эффективности обслуживаемого населения.

Социальная эффективность торговой деятельности потребительской кооперации определяется степенью соответствия целям и задачам развития самой организации в целом, что выражается в прогрессивных изменениях в социальной структуре покупателей и работников: улучшении условий труда, оптимальном использовании человеческого потенциала – активизации предприимчивости, инициативы, повышении квалификации кадров и, как результат, в повышении культуры труда, обслуживания, повышении степени удовлетворения спроса, реализации социальных интересов работников и покупателей.

Есть еще один аспект социальной эффективности кооперативной торговли, который характеризуется ее участием в формировании бюджета государства. По мнению автора, это положение в экономической литературе освещено крайне недостаточно, между тем участие потребительской кооперации в формировании государственного бюджета и внебюджетных фондов является фактом проявления социальной эффективности на общественном уровне, так как налоги и отчисления перераспределяются на решение социальных задач общества, таких как пенсионное обслуживание, здравоохранение, финансирование объектов социально-культурной сферы, ликвидация последствий аварии на ЧАЭС и т. д.

Следовательно, это также социальный эффект торговли и, в частности, кооперативной в социально-экономических процессах общественного обмена веществ.

Итак, социальная эффективность торговли потребительской кооперации представляет собой сложную категорию, составные части которой взаимосвязаны и находятся, с одной стороны, в самой организации, а с другой – вне ее. Внешний социальный эффект организации потребительской кооперации представляет собой качественную совокупность уровня удовлетворения спроса и уровня технологий и организации торгового обслуживания. Все эти составные элементы социального эффекта могут быть количественно оценены [3, с. 240].

Таким образом, *социальная эффективность* функционирования организации потребительской кооперации, основным видом деятельности которой является торговля – это экономическая категория, отражающая уровень достижения организацией определенного социального эффекта (удовлетворенного спроса, оптимизации затрат потребителей, повышения уровня жизни персонала и др.) от использования собственных и привлеченных экономических ресурсов.

Критерий эффективности – это главный признак, мерило ее оценки.

Критерии эффективности организаций торговли выражаются коэффициентами, отражающими соотношение результатов торговой деятельности к ресурсам или затратам, идущим на достижение этих результатов.

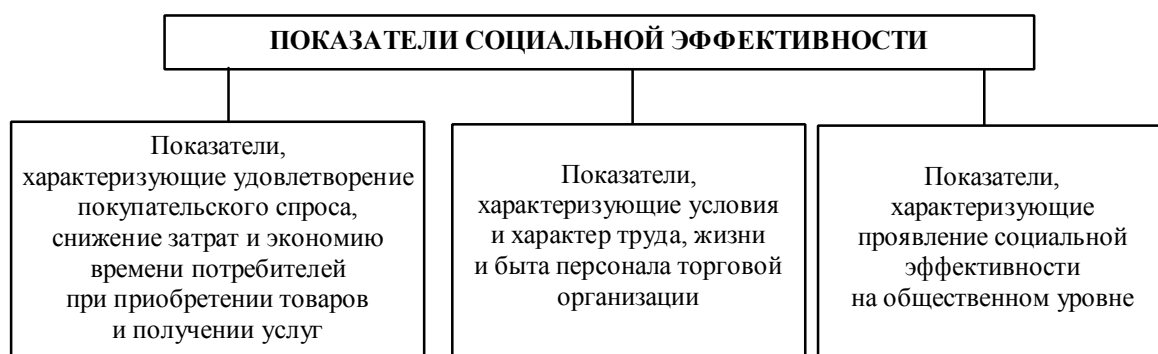
Критерием социальной эффективности кооперативной торговли является достижение максимального результата по удовлетворению спроса потребителей при качественном их обслуживании и минимальных затратах, по улучшению уровня жизни и условий труда персонала, по решению социальных задач общества при оптимальном использовании ресурсов.

Эффективность настолько многогранная категория, что ее невозможно выразить одним показателем, поэтому ее необходимо изучать системно. Если под показателем подразумевается качественно определенная величина, которая дает и количественную характеристику исследуемого явления или по его свойству, то система показателей представлена совокупностью величин, характеризующих все свойства данного явления.

Если показатели экономической эффективности сравнительно легко рассчитать, взяв данные из статистической и бухгалтерской отчетности организации, то показатели социальной эффективности не всегда можно выразить в стоимостном отношении или в виде коэффициентов.

По мнению автора, в условиях перехода к инновационной экономике для этой цели нужна система показателей. Развивая это положение, предлагается система, охватывающая три группы показателей (рисунок).

Система показателей социальной эффективности торговли



Примечание – Источник [3, с. 243].

К показателям, характеризующим *удовлетворение покупательского спроса, снижение затрат и экономию времени обслуживаемого контингента населения*, относятся:

- Уровень освоения покупательных фондов обслуживаемого населения. Если покупательные фонды используются неполностью, то имеет место неудовлетворенный спрос обслуживаемого населения. Стопроцентное их использование означает полное удовлетворение спроса. Если расходы на покупку товаров превышают сумму покупательных фондов, то это свидетельствует о дополнительном привлечении денежных средств населения из его сбережений. Однако по одному значению этого показателя нельзя судить о тенденции в изменении степени удовлетворения спроса. Поэтому большое значение имеет динамика этого показателя, выраженная индексом уровня освоения покупательных фондов обслуживаемого населения.

- Товарооборот на одного жителя обслуживаемого населения, на одну семью по всем товарам или товарным группам. Эти показатели дают представление о различиях в уровне товарного потребления материальных благ в территориальном разрезе. Они могут быть исчислены в натуральном выражении, их необходимо сравнивать физическими нормами потребления.

- Коэффициент завершенности покупки. Он отражает степень соответствия предлагаемых товаров спросу покупателей и зависит от культуры обслуживания.

- Коэффициент вынужденной покупки. Следует отметить, что покупатель, совершивший вынужденную покупку, не до конца удовлетворенным уходит из торгового объекта. Обычно заменяющий товар покупается меньшим количеством, т. е. покупка носит экспериментальный характер.

- Показатели обеспеченности населения объектами торговли, торговыми площадями и торговыми работниками: количество торговых объектов на 1000 жителей; торговая площадь на 1000 жителей и ее соответствие нормативу; количество работников торговли на 1000 жителей.

- Коэффициент устойчивости ассортимента товаров и услуг. Этот показатель характеризует степень соответствия фактического ассортимента товаров и услуг ассортиментному перечню в течение определенного периода времени.

- Обеспеченность населения фасованными и упакованными товарами. Уровень этого показателя можно характеризовать через коэффициент фасованности товаров.

- Денежная экономия доходов обслуживаемого населения от ограничения торговых надбавок. Некоторые организации торговли работают с убытками от реализации отдельных товаров, так как предельные максимальные торговые надбавки, установленные государственными органами, не покрывают текущих расходов по реализации этих товаров. В результате этого получается, что у населения образуется экономия денежных средств, равная сумме убытков от реализации этих товаров. Это является фактом снижения экономической и роста социальной эффективности торговли.

- Затраты времени покупателей в среднем на одну покупку и на один рубль покупок. Эти два показателя дополняя друг друга характеризуют размер затрат времени покупателей на единицу эффекта. Второй по отношению к первому является обратным показателем. Эффект от этих показателей получается тогда, когда они имеют тенденцию к снижению.

- Средние затраты времени одного покупателя на посещение торгового объекта.

- Коэффициент применения прогрессивных методов продажи.

- Коэффициент активного времени покупателя в торговле. К пассивным затратам времени покупателей относятся затраты времени на ожидание в очередях, на расчеты и др. Остальное время называется активным. Рост последнего приводит к экономии времени покупателей.

- Коэффициент соответствия пропускной способности объекта торговли. Если этот коэффициент будет больше единицы, то покупатели стоят в очереди и ждут, когда их обслужат. Это приводит к потере времени и снижению социальной эффективности.

- Уровень правовой защищенности потребителей.

- Профессиональный и культурный уровень торгово-оперативных работников.

- Уровень предоставленных покупателям ценовых скидок и других бонусов по проводимым организацией программам лояльности потребителей.

Вторую группу показателей социальной эффективности торговли составляют показатели, *характеризующие условия и характер труда, жизни и быта работников торговли.*

В повышении социальной эффективности большое значение имеют показатели замещенности торгово-технологического оборудования. Для повышения производительности труда и

социальной эффективности роста уровня механизации и автоматизации недостаточно. Необходимо создавать и внедрять автоматизированные рабочие места (АРМ) работников торговли.

Показателями социальной эффективности торговли, характеризующими условия и характер труда, жизни и быта работников являются:

- уровень обеспеченности работников современными орудиями и средствами труда;
- уровень переподготовки и повышения квалификации персонала;
- уровень обеспеченности жильем и транспортными средствами;
- показатели санитарно-гигиенических условий труда: уровень освещенности рабочих мест, температурные условия (уровень обеспеченности теплом и холодом), воздушная среда (загазованность, запыленность, сырость и др.), уровень обеспеченности санитарно-бытовыми помещениями и их состояние;
- уровень интеллектуального содержания труда, отношений в коллективе, зрелости и социальной активности коллектива, инновационной деятельности работников;
- снижение текучести кадров и рост уровня престижности и популярности профессий среди населения, особенно, среди молодежи и др.;
- уровень текучести и закрепляемости кадров (работник не увольняется тогда, когда его полностью устраивают условия работы и данная работа обеспечивает ему хорошую жизнь, следовательно, эти показатели являются центральными показателями второй группы показателей социальной эффективности);
- уровень предоставления работникам торговли различных льгот, таких как оплата стоимости обучения, оздоровления и отдыха, скидки со стоимости приобретаемых товаров и др.;
- уровень реальной средней заработной платы;
- уровень престижности и популярности торговых профессий среди населения.

Проявление социальной эффективности кооперативной торговли на общественном уровне выражается следующими показателями:

- доля уплаченных налогов в прибыли организации;
- доля уплаченных налогов в выручке (товарообороте) организации;
- изменение удельного веса уплаченных налогов организацией в отчетном периоде по сравнению с предшествующим.

Эти показатели отражают вклад торговли потребительской кооперации в решение социальных задач общества.

Методика расчета отдельных показателей социальной эффективности торговли представлена в таблице.

Методика расчета отдельных показателей социальной эффективности

Показатели	Методика расчета
1. Уровень освоения покупательных фондов населения, %	$\frac{\text{Δίξίε-ίύε δίαδδύιάδ ίο}}{\text{Ίεόιαδδδευ ίύά οίύάύ ίάνεόαεάάά ύάί ίάνεάίεу}} \cdot 100$
2. Коэффициент завершенности покупки	$\frac{\text{Έίεε-άνοάί ψεόιαδδδδ έ, ηίαάδδδδδδ δ ψεόίεό}}{\text{Ίάύάά έίεε-άνοάί ψεόιαδδδδ έ}}$
3. Коэффициент вынужденной покупки	$\frac{\text{Έίεε-άνοάί ψεόιαδδδδ έ, άύίόαεάίί ηίαάδδδδδδ δ ψεόίεε}}{\text{(ία ηήύάάίεε άίεάδδδίαά ίεу)}} \\ \frac{\text{Ίάύάά έίεε-άνοάί ψεόιαδδδδ έ}}$
4. Количество торговых объектов на 1000 жителей, единиц	$\frac{\text{Έίεε-άνοάί οίδδίαύδ ίάύάεόία ά ίδδδδδδδδδδ ε}}{\text{×εñεάίίύñδ ύ ίάνεόαεάάά ύάί ίάνεάίεу}} \cdot 1000$
5. Торговая площадь на 1000 жителей, м ²	$\frac{\text{Όδδδίαάу ίεύάάύ ίδδδδδδδδδδ ε}}{\text{×εñεάίίύñδ ύ ίάνεόαεάάά ύάί ίάνεάίεу}} \cdot 1000$
6. Количество торговых работников на 1000 жителей, чел.	$\frac{\text{×εñεάίίύñδ ύ οίδδδίαί - ύάδδδδδδδ άί ύδδδδδδδδ ά ηδδδδδδδ δд ίάδδδδδδ}}{\text{×εñεάίίύñδ ύ ίάνεόαεάάά ύάί ίάνεάίεу}} \cdot 1000$
7. Коэффициент устойчивости ассортимента	$\frac{\text{×εñεάίίύñδ ύ οίδδδίαί - ύάδδδδδδδ άί ύδδδδδδδδ ά ηδδδδδδδ δд ίάδδδδδδ}}{\text{×εñεάίίύñδ ύ ίάνεόαεάάά ύάί ίάνεάίεу}} \cdot 1000$
8. Средние затраты времени одного покупателя на посещение торгового объекта, мин	$\frac{\text{Όάεδδδ-άνεί ά άδδδδδ ύ ίάνεόαεάάί εр ψεόιαδδδδδδ έ (ίείόδ)}}{\text{Έίεε-άνοάί ψεόιαδδδδδδ έ, ηίαάδδδδδδδ δ ψεόίεε δд ίάδδδδδδ}} \cdot 1000$

Показатели	Методика расчета
9. Коэффициент применения прогрессивных методов продаж	$\frac{\text{Íáúáì òíááðñíáíð íàà , ðéó÷áíúá ï ïðíáðáññèá úúè ìáðíáàè ïðíááæ}}{\text{Ááñúíáúáì òíááðñíáíð íàà}}$
10. Коэффициент активного времени покупателей	$\frac{\text{Ñðááíèá çàððáðú áðáíáíè íáííá ðéóíáðáèÿ ìá èçó÷áíèá àññíððèáí òá è áúáíð òíááðá (ï áíèáðíúì ïðíñàì èèè áññèéòáè úúì èññèááíáàì èÿì)}}{\text{Ñðááíèá çàððáðú áðáíáíè íáííá ðéóíáðáèÿ ìá ïñáúáíèá òíðáíáíáí íáúáèðá}}$
11. Коэффициент соответствия пропускной способности объекта торговли	$\frac{\text{Ëíèè÷áñðáí ðéóíáðáèá é çà ááíú}}{\text{Ïðíóñèíáÿ ñññíáííñò ï òððáíáíáí íáúáèðá}}$
12. Уровень правовой защищенности потребителей, %	$\frac{\text{Ëíèè÷áñðáí ðéóíáðáèá é , òðááíááíèÿ éíðíðúð áúèè òáíáèáðáíð áú}}{\text{Ëíèè÷áñðáí ðéóíáðáèá é , áúááèíááèè ò òðááíááíèÿ á ññòááðñðá èè}} \cdot 100$ $\text{ñ çàèííááðá èññðáí}$

Для совершенствования оценки качества обслуживания (тем более, что не все показатели можно рассчитать) в современных условиях, когда всем субъектам хозяйствования необходимо заниматься изучением потребительских предпочтений, целесообразно проводить социологические исследования при помощи анкетных опросов. Например, анкета состоит из 5–7 вопросов, отражающих качество обслуживания или другую сторону социальной эффективности торговли. Каждый из вопросов оценивается по трехбалльной системе:

- x_1 – вполне удовлетворяет (10 баллов);
- x_2 – среднее значение (5 баллов);
- x_3 – неудовлетворительно (1 балл).

Для расчета среднего уровня оценки качества производится распределение всех ответов на вопросы анкеты согласно полученным значениям. Тогда средний уровень оценки качества торговли (VO_k) можно определить следующим образом:

$$OI_e = \frac{(\hat{e}_1 \cdot \hat{e}_1) + (\hat{e}_2 \cdot \hat{e}_2) + (\hat{e}_3 \cdot \hat{e}_3)}{\hat{e}}$$

где k_1 – количество удовлетворительных ответов;

k_2 – количество средних значений;

k_3 – количество неудовлетворительных значений;

k – общее количество вопросов анкеты.

Чем ближе будет полученный показатель к 10, тем выше качество обслуживания в исследуемой организации. Если каждому показателю установить коэффициенты значимости, т. е. определить степень их приоритетности по удельным весам этих коэффициентов, то можно избавиться от принципа равноценного подхода к анализируемым показателям. Таким образом, понятие «качество торговли» выражает меру выполнения торговлей своей основной функции – удовлетворение потребностей населения в разнообразных товарах.

В заключение можно сказать, что, к сожалению, не все предлагаемые показатели можно рассчитать на основании статистической отчетности, поэтому для расчета отдельных показателей социальной эффективности торговли необходимо применить методы экспертных оценок и оценок общественного мнения.

Список использованной литературы

1. **Концепция** развития потребительской кооперации на 2016–2020 гг. : утв. постановлением Правления Белкоопсоюза от 29 февр. 2016 г. № 47. – Минск : Белкоопсоюз, 2016.
2. **О мерах** по внедрению системы государственных социальных стандартов по обслуживанию населения республики : постановление Совета министров Респ. Беларусь от 30 мая 2003 г. № 724 (с изм. и доп.) // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.
3. **Экономика** организации отрасли : курс лекций / Т. Н. Сыроед [и др.] ; под общ. ред. А. З. Коробкина. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2014. – 292 с.
4. **Экономика** организаций торговли : учеб. пособие / под ред. Р. П. Валевиц, Г. А. Давыдовой. – Минск : БГЭУ, 2010. – 671 с.

ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ КАК ФАКТОР АКТИВИЗАЦИИ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ В СИСТЕМЕ ДИСТРИБУЦИИ

В статье раскрыта сущность повышения квалификации на предприятиях в современных рыночных условиях. Предложена схема управления повышением квалификации как составляющая процесса профессионального развития персонала и этапы определения потребности в повышении квалификации. Определена тематика семинаров тренингов для управления системой дистрибуции предприятия.

The article reveals the essence of training in enterprises in modern market conditions. A control circuit further training as part of the professional development of staff and the steps of determining the need for further training. Determine what training seminars for management of distribution system.

Ключевые слова: персонал; квалификация; повышение квалификации; потребность в повышении квалификации.

Key words: staff; qualification; training; to need for advanced traing.

Инновационные технологии по своему содержанию должны быть модернизационным проектом как экономики, так и общества в целом, так как для стран с переходной экономикой и переходным обществом, к таковым относится и Украина, это является единственным цивилизованным путем построения развитого в рыночном отношении государства.

Для успешной модернизации экономики и достижения успеха в развитии страны необходимо иметь запас знаний в тех сферах, которые являются источником экономического роста.

В результате исследований, проведенных в Институте экономического прогнозирования Национальной Академии Наук Украины, сделан ряд выводов, которые касаются разработки и реализации модернизационных проектов XXI в.

Одним из основных пунктов данной стратегии является необходимость формирования творческого, квалификационно-профессионального, инициативного потенциала работников. По мнению автора, инновационная деятельность работников на предприятиях различных отраслей связана с повышением квалификации, что способствует совершенствованию профессионально-квалификационной структуры персонала.

В современных условиях резко возрастают требования к менеджменту персонала. Это связано с тем, что существенно меняется роль работника, который из пассивного исполнителя превращается в активного участника производственного процесса, может и желает брать участие в управлении, принятии решений не только тактического, но и перспективного значения. Человеческий фактор становится главным фактором деятельности, а затраты на персонал, на его развитие считаются первоочередными инвестициями предпринимателей [1, с. 3].

Теоретико-методологические и экономико-организационные аспекты управления персоналом рассмотрены в трудах отечественных и зарубежных ученых: М. Армстронга, Е. Гришиной, О. Егоршина, О. Кибанова, А. Колота, Л. Лисогор, Г. Лопушняк, Ю. Одегова, И. Петровой, Г. Эмерсона и др.

Повышение квалификации – систематическое обновление и углубление как профессиональных знаний, умений, навыков так и интеллектуального и культурного уровня работников.

Повышение квалификации является составляющей процесса профессионального развития персонала, который способствует общему интеллектуальному развитию человека, расширяет его эрудицию и круг общения, укрепляет уверенность в себе. Возможность участия в системе повышения квалификации осуществляет влияние на эффективное исполнение работником его профессиональных функций.

Существенным и важным является принятие решений об инвестировании средств в повышение квалификации. Эффективность вложений в человеческий капитал, в частности в повышение квалификации, можно рассматривать аналогично эффективности инвестиций в новые технологии, оборудование, ценные бумаги. При этом необходимо учитывать, что такие вложения могут осуществлять как отдельные личности, так и организации, государство. В любом

случае, необходимо сравнивать сумму затрат на повышение квалификации и возможные преимущества в зависимости от того, кто выступает в качестве инвестора. Величину вклада в повышение квалификации можно представить следующим образом:

$$C = \sum_t^N \frac{R_t}{(1+r)^t} = \frac{R_t}{r} = \left[1 - \frac{1}{(1+r)^t} \right],$$

где C – сумма инвестиций в повышение квалификации;

N – количество лет трудового стажа после повышения квалификации;

R_t – дополнительный доход в t -ом году в результате повышения квалификации;

t – внутренняя норма эффективности вложений в повышение квалификации, % [2, с. 82].

Конкурентными преимуществами при инвестировании в повышение квалификации являются:

- ожидаемое повышение заработной платы за счет получения новых знаний;
- изменение социального статуса;
- продвижение по карьерной лестнице, что в полной мере способствует улучшению личного благосостояния.

Таким образом, повышение квалификации является важной составляющей профессионального развития персонала. На рисунке 1 представлен механизм управления процессом профессионального развития персонала.

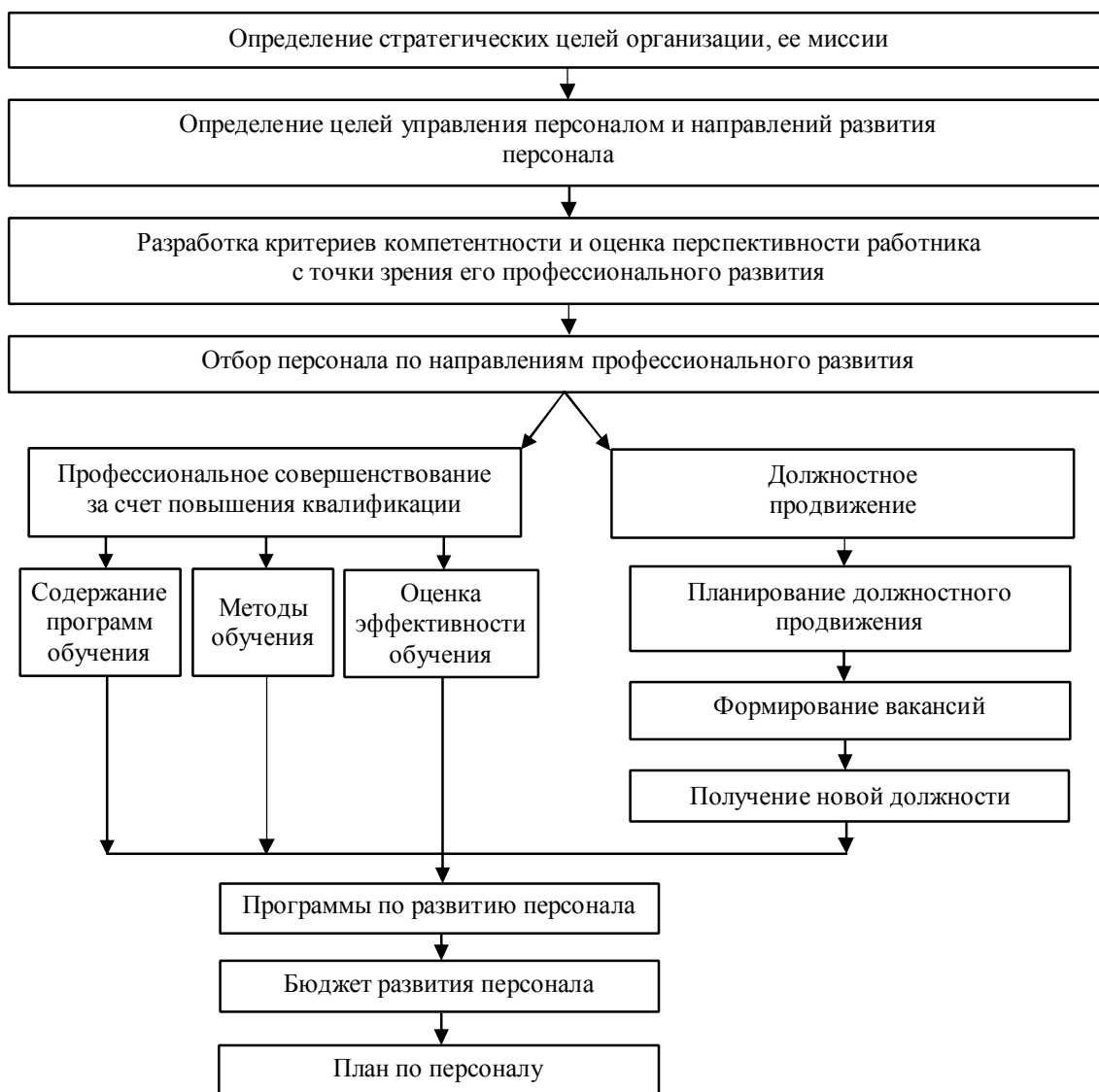


Рисунок 1 – Управление повышением квалификации как составляющей процесса профессионального развития персонала

Потребность в повышении квалификации обусловлена разницей между уровнем квалификации и знаний, необходимых для выполнения определенной работы, и теми знаниями которыми реально владеет работник. Источниками информации о потребностях в повышении квалификации являются индивидуальные планы развития, заказы и пожелания конкретных работников, стратегия развития предприятия. Этапы этой работы представлены на рисунке 2.

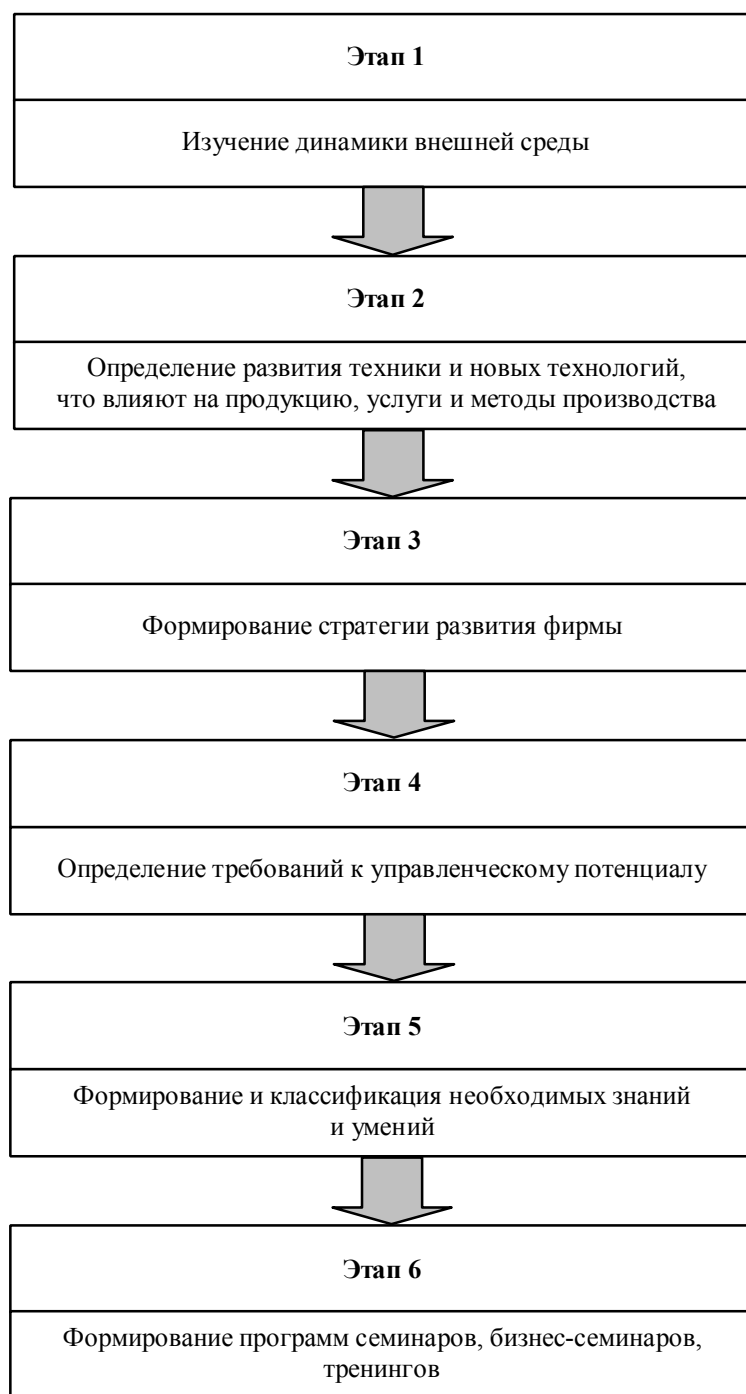


Рисунок 2 – Этапы определения потребности в повышении квалификации

Одним из ключевых видов экономической деятельности предприятия является дистрибуция продукции, задачи и проблемы которой позволяют выделить процесс управления дистрибуции продукции в отдельную, но комплексную управленческую категорию. Процессы распределения и продажи продукции, логистические распределительные центры предприятия и дистрибуторская сеть рассматриваются в качестве ключевых элементов стратегии развития предприятий, факторами достижения конкурентных преимуществ и рычагом конкурентной борьбы на развивающихся сегментах рынка, определении сильных и слабых сторон [3, с. 45].

Эффективность сбытовой деятельности предприятия во многом определяется процессом управления дистрибуцией продукции, в частности, функциональностью дистрибуторских каналов, оптимальностью структуры логистических схем поставок, прибыльностью дистрибуторских каналов и др. Кроме компетенций в логистике, важны умения в области рационального использования пространства распределительных и торговых площадок, стимулирование спроса и сбытовых организаций, формирование с ними партнерских отношений.

Нами предлагается перечень семинаров-тренингов которые будут способствовать формированию необходимых знаний, умений и навыков с целью активизации продажи товаров в системе дистрибуции:

- маркетинговые исследования в деятельности предприятий;
- технологии эффективных продаж в системе дистрибуции;
- коммерческая деятельность предприятия в системе дистрибуции;
- контролинг в системе управления дистрибуцией;
- информационно-аналитическая поддержка в принятии управленческих решений в системе дистрибуции;
- прогрессивные формы и системы оплаты труда с целью активизации продажи товаров в системе дистрибуции;
- особенности управления персоналом на предприятиях с системой дистрибуции;
- управлении системой дистрибуции предприятия.

Таким образом, повышение квалификации работников будет способствовать достижению высоких личностных результатов, повышению количественных и качественных показателей продажи товаров в системе дистрибуции.

Список использованной литературы

1. Данилишин, Б. Ринок освітніх послуг: основні тенденції та шляхи модернізації / Б. Данилишин, В. Куценко // Україна: аспекти праці. – 2004. – № 1. – С. 28–34.
2. Экономика и бизнес / под ред. В. Д. Камаева. – М. : Изд-во МГТУ им. Н. Э. Баумана, 1993. – 464 с.
3. Голубин, Е. Дистрибуция. Формирование и оптимизация каналов сбыта / Е. Голубин. – М. : Вершина, 2006. – 136 с.

УДК 334.735

И. Д. Котляров (ivan.kotliarov@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

ВИРТУАЛЬНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ КООПЕРАТИВ

В статье изучен феномен виртуального потребительского кооператива как специфической сетевой формы организации потребителей (на примере совместных покупок). Описаны особенности таких кооперативов. Показаны риски участия в них. Выявлены различные формы их функционирования.

The present paper contains an analysis of the phenomenon of virtual consumer cooperative as a specific networking form of organization of customers. This description is based on the case of common purchase. Specific features of these cooperatives are described. Risks of participation in these cooperatives are analyzed. Different forms of these cooperatives are described.

Ключевые слова: потребительский кооператив; совместные покупки; сетевое сотрудничество.

Key words: consumer cooperative; common purchase; networking cooperation.

Развитие, с одной стороны, организационно-экономических механизмов взаимодействия между рыночными агентами, а с другой стороны – технологий (прежде всего, информационно-компьютерных), привело к появлению новой формы организации хозяйственной деятельности – виртуального предприятия. Однозначное и общепринятое определение этого термина отсутствует, однако в целом можно говорить, что под ним понимается сравнительно краткосрочное

объединение экономических агентов для достижения совместных целей (это объединение может функционировать как в «реальном» мире, так и в виртуальном информационном пространстве, однако чаще все же предполагается, что такое предприятие ведет свою деятельность посредством сети «Интернет»). Фактически это специфическая форма самоорганизации производителей товаров и услуг (а также непосредственных исполнителей – работников), которая позволяет им повысить эффективность своего функционирования за счет временного объединения ресурсов, но при этом избежать тех неудобств и рисков, с которыми было бы связано такое объединение, если бы оно осуществлялось на постоянной основе.

Феномен виртуального предприятия привлекает пристальное внимание ученых и достаточно подробно описан в профильной литературе. Однако практически без внимания остается другой феномен, также связанный с развитием технологий и совершенствованием взаимодействия экономических агентов, а именно феномен виртуальной самоорганизации потребителей.

Речь идет о ситуациях, когда потребители временно объединяются для получения доступа к определенным товарам и услугам на более льготных условиях, чем это предполагают традиционные способы их приобретения. Примерами таких ситуаций служат, в частности, прямые покупки. В этом случае потребители, организовавшиеся посредством сети «Интернет», напрямую приобретают у производителя крупную партию товара по оптовым или, по крайней мере, гораздо более низким, чем розничные, ценам. Потребители объединяются вокруг организатора, который берет на себя взаимодействие с производителем (или поставщиком), и за свои услуги получает согласованную комиссию. Как и в случае виртуальных предприятий, при прямых покупках потребители могут продолжить сотрудничество с данным организатором, могут перейти к другому организатору, а могут вообще отказаться от прямых покупок. Аналогично, сам организатор может продолжить свою деятельность в качестве организатора (с теми же или другими потребителями и с тем же или другим производителем), а может прекратить ее. Потребители, участвующие в прямых покупках, не преследуют цели получения коммерческой выгоды, они лишь хотят сэкономить на приобретении необходимых им товаров. Закупка товаров осуществляется только в интересах тех потребителей, которые вступили в это временное объединение (для дальнейшей перепродажи товары не предназначены). Организатор, напротив, стремится получить выгоду, но для сообщества потребителей он выступает в качестве привлеченного специалиста, усилия которого, разумеется, должны быть оплачены.

Совместные покупки в настоящее время приобрели широкую популярность благодаря ряду присущих им преимуществ, однако, насколько нам известно, пока отсутствуют исследования, в которых бы рассматривалась их организационно-экономическая природа. Существующие публикации либо анализируют механизм функционирования совместных покупок, либо сосредотачиваются на их юридической природе [1–4]. Однако, как нам кажется, небезынтересно изучить их организационно-экономическую природу.

По мнению автора, такие совместные покупки можно рассматривать как специфическую современную разновидность потребительского кооператива – виртуальный потребительский кооператив. Он представляет собой, если можно так выразиться, полный потребительский аналог виртуального предприятия. Его отличительными признаками являются следующие:

1. Малая продолжительность существования, или как минимум дискретная модель функционирования. Виртуальный кооператив не существует постоянно, а формируется заново или возобновляет свою деятельность по мере возникновения необходимости. Это сближает его с виртуальным предприятием и отличает от пульсирующей организации, деятельность которой непрерывна, хотя и различается по масштабам в разные периоды времени [5–6].

2. Целевой характер. Виртуальный потребительский кооператив предназначен не для постоянного обеспечения потребителей определенным видом товара и тем более не для долгосрочных закупок широкого ассортимента, а для разовой закупки. Это также сближает виртуальный кооператив с виртуальным предприятием, но противопоставляет его традиционному кооперативу, который направлен не на решение конкретной задачи, а на долгосрочное выполнение определенных функций.

3. Неформальный характер. Создание сообщества потребителей не сопровождается подписанием учредительных документов или заключением юридически обязывающих контрактов. Взаимодействие между участниками основано на доверии.

4. Отсутствие совместных обобществленных активов – участники этого сообщества ограничиваются координацией своей деятельности для достижения совместных целей.

5. Наличие координатора (в рассмотренном выше примере – организатора, или на жаргоне участников совместных покупок орга), который обеспечивает согласование взаимодействий

участников сообщества друг с другом, сообщества – с внешним контрагентом и получает за это вознаграждение. Этот координатор выступает в роли аналога председателя кооператива (или, если проводить аналогии с виртуальным предприятием, организатор играет роль ядра). Именно наличие этого координатора отличает виртуальный потребительский кооператив от других неформальных методов совместного потребления благ (как, например, совместная аренда жилья). Аналогично, наличие координатора отличает виртуальный потребительский кооператив от двусторонних платформ, ориентированных на совместное потребление (примерами таких платформ могут быть проекты Uber или BlaBlaCar). Эти платформы обеспечивают согласование взаимодействия большого количества индивидуальных потребителей с большим количеством потенциальных поставщиков (или провайдеров). Они не формируют выделенные сообщества потребителей (то, что мы называем виртуальным потребительским кооперативом) и тем более не занимаются координацией его деятельности. Таким образом, виртуальный потребительский кооператив представляет собой самостоятельный экономический феномен, не сводящийся к совместному потреблению. Интересно отметить, что, хотя явлению совместного потребления посвящено значительное количество публикаций, феномен виртуального потребительского кооператива пока, насколько известно, описан не был.

6. Некоммерческая направленность (участники сообщества хотят сэкономить на покупке).

7. Функционирование этого сообщества происходит преимущественно в виртуальном информационном пространстве. Этот признак носит технический, т. е. вторичный характер – члены сообщества вполне могут координировать свою деятельность как посредством личных встреч, так и по телефону. Однако использование коммуникационных возможностей сети «Интернет» значительно упрощает формирование такого сообщества (поскольку информация о нем становится доступной широкому кругу лиц) и облегчает взаимодействие между ними.

Признаки 1–4 и 7 подчеркивают виртуальный характер такого объединения (признаки 1–4 говорят об организационной виртуальности, а признак 7 – о виртуальности технологической), а признаки 5–6 по мнению автора, служат подтверждением его кооперативной природы. Совместные покупки имеют определенные параллели с многоуровневым маркетингом (MLM), однако отличие состоит в том, что если при MLM производитель организует потребителей для обеспечения продаж своей продукции (по этой модели, в частности, работают такие известные производители косметики, как Avon, Oriflame, Mary Kay), то в рамках виртуального потребительского кооператива покупатели сами организуются для закупок товаров. Однако в обоих случаях отсутствуют посредники в виде оптовых и розничных сетей.

Как и виртуальное предприятие, виртуальный потребительский кооператив позволяет его участникам получить выгоду от координации деятельности для достижения совместных целей, при этом не налагая на них обязательств и не создавая рисков, неизбежных в том случае, если эта координация приобретет долгосрочный характер. По своей природе такой кооператив представляет собой наглядный пример сетевой самоорганизации.

Организация потребителей в целях совершения совместных покупок может осуществляться разными способами:

- Снизу, т. е. со стороны самих потребителей. Организатором в этом случае выступает один из потребителей, их лидер или просто человек, согласившийся взять на себя функции организатора. Эта модель по своей природе ближе всего к потребительскому кооперативу в чистом виде.

- Сверху, т. е. со стороны потенциального организатора (функционирующего фактически на постоянной основе). Эта модель хотя и сохраняет свою кооперативную природу, однако приобретает наряду с ней черты виртуального пульсирующего предприятия (ядром такого предприятия выступает организатор). По сути организатор предлагает свои услуги потенциальным участникам пула потребителей, координируя их. Вероятно, будет справедливо говорить о симбиозе виртуального предприятия (со стороны организатора) и виртуального кооператива (со стороны потребителей).

Предложения об участии в совместных покупках могут размещаться как на обычных интернет-форумах (например, на форумах молодых мам возможна публикация предложений об участии в приобретении игрушек и иных товаров для детей), так и на специализированных сайтах, посвященных совместным покупкам, которые выступают в качестве двусторонней платформы, обеспечивающей взаимодействие между организаторами и потребителями. Существуют и коммерческие предприятия, организующие совместные покупки. В них кооперативная сущность взаимодействия размыта еще больше (по сравнению с описанной выше моделью организации «сверху»), но она все еще присутствует, поскольку речь по-прежнему идет о координации пула потребителей.

Неформальный, целевой и виртуальный характер такого кооператива создает ряд выгод для его участников (минимизируются издержки взаимодействия, отсутствуют постоянные затраты и т. д.), кроме того, выгоды создаются и благодаря отсутствию торговых посредников (что позволяет снизить цены на товар для конечного покупателя), однако при этом возникает ряд нежелательных последствий:

- Сложность формирования. Дело в том, что, в отличие от предприятий обычной потребительской кооперации, которая приобретает широкий ассортимент продукции и берет на себя риски отсутствия спроса на нее, виртуальный потребительский кооператив приобретает только те продукты, которые будут гарантированно выкуплены участниками этого потребительского сообщества. Однако, очевидно, запросы лиц, готовых вступить в такое сообщество, могут отличаться от стандартной комплектации поставок производителя. По этим причинам такой виртуальный кооператив может не набрать необходимого числа участников и прекратить свою деятельность, так и не оформив заказ. Иными словами, участие в виртуальном потребительском кооперативе не гарантирует приобретения товара.

- Риски недобросовестности сторон (как организатора, который может исчезнуть, собрав деньги, так и потребителей, которые, по ряду причин, могут отказаться выкупать приобретенный для них товар).

- Отсутствие гарантии на приобретенный товар, так как поскольку продукт приобретался не в магазине, гарантия на него отсутствует. Более того, претензии принимаются только в случае обнаружения брака (несовпадение, например, по цветам или по иным характеристикам основанием для возврата не является) [3; 4].

Однако сравнительно широкое распространение таких виртуальных потребительских кооперативов говорит о том, что для их участников плюсы перевешивают минусы.

Подводя итог, можно констатировать, что развитие организационных и информационно-компьютерных технологий затронуло не только производителей товаров и услуг, которые для повышения эффективности своей деятельности стали формировать виртуальные предприятия, но и потребителей, у которых возникла возможность создавать виртуальные потребительские кооперативы. Эти кооперативы позволяют потребителям получать выгоду от краткосрочного целевого сотрудничества. Существование таких кооперативов соответствует как современному уровню развития технологий, так и запросам потребителей, которые, возможно, не желают участвовать в традиционной потребительской кооперации. Тем не менее этот вопрос нуждается в дальнейшем исследовании. Однако сам институт виртуального потребительского кооператива в чистом виде (т. е. сформированный снизу) неустойчив: он частично замещается коммерческими предприятиями совместных покупок, а деятельность организаторов тяготеет к профессионализации.

Интересно отметить, что тенденция к организации «сверху» вообще приобретает распространение на современном этапе развития кооперативного движения, в частности, именно таким образом выстроена деятельность фермерского мини-молла LavkaLavka, позиционирующего себя как фермерский сбытовой кооператив. Вероятно, это связано со стремлением потенциальных участников партнерства минимизировать свои затраты на организацию кооперации.

Список использованной литературы

1. **Березина, И. В.** Совместные покупки в РФ: поиск оптимальной системы налогообложения / И. В. Березина, О. О. Тихонова // Таврический науч. обозреватель. – 2015. – № 2. – С. 8–12.
2. **Костина, С. Е.** Правовая природа совместных покупок / С. Е. Костина // Вестн. Саратовской гос. юрид. академии. – 2015. – № 4. – С. 44–47.
3. **Новопашина, Н.** Оптом и в розницу / Н. Новопашина [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.odnako.org/magazine/material/optom-i-v-roznicu/>. – Дата доступа : 25.06.2016.
4. **Фертова В. В.** Совместные покупки: как работает бизнес-модель? / В. В. Фертова // Упр. продажами. – 2014. – № 6. – С. 342–347.
5. **Эльканова, Е. М.** Адаптация теории командопостроения к пульсирующим организациям в сфере культуры / Е. М. Эльканова // Известия Санкт-Петербургского гос. экон. ун-та. – 2016. – № 3. – С. 171–175.
6. **Hanlon, C.** Pulsating Major Sport Event Organization: A Framework for Inducting Managerial Personnel / C. Hanlon, G. Cuskelly // Event Management. – 2002. – № 7. – P. 231–243.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ИННОВАЦИОННЫЙ ОПЫТ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ОБЪЕКТАМИ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА

Целью данной статьи является анализ инновационной деятельности зарубежных жилищно-коммунальных хозяйств на основании отдельных законодательств выбранных стран в области управления инженерными системами, структуры управления их объектами, а также перспектив применения определенных видов управления жилищно-коммунальным хозяйством как в области повышения эффективности, так и в санкционном проявлении. В результате исследования была проанализирована экономическая эффективность использования зарубежных методов управления жилого дома, которая в основном проявляется в социальной ответственности в области жилищно-коммунального хозяйства.

The purpose of this article is the analysis of innovative activities of foreign housing and communal services based on separate legislations of the chosen countries in the field of management of engineering systems, management structure of their objects, and also prospects of application of certain types of management of housing and communal services both in the field of efficiency increase, and in sanctions manifestation. As a result of research cost efficiency of use of foreign methods of management of the apartment house which is generally shown in social responsibility in the field of housing and communal services has been analysed.

Ключевые слова: жилищно-коммунальное хозяйство; инновационный зарубежный опыт; экономическая эффективность.

Key words: housing and communal services; innovative international experience; economic effectiveness.

Одной из главных инновационных направленностей зарубежного управления в сфере жилищно-коммунального хозяйства (далее – ЖКХ) является социальная ответственность – важнейший элемент в деятельности фирмы, который работает на рынке услуг и обеспечивает достойные, качественные и комфортные условия для своих клиентов [1–3].

Социальная ответственность – это объективная необходимость отвечать за нарушение социальных норм. Она выражает характер взаимоотношений между личностью и государством, обществом. Социальная ответственность – сложная научная категория, рассматриваемая многими общественными науками с разных точек зрения. В основе социальной ответственности – общественная природа поведения человека: поскольку он не может существовать вне общества, следовательно, его интересы и потребности могут быть реализованы только благодаря взаимодействию с обществом в целом и с отдельными его представителями в частности. С другой стороны, общество осуществляет постоянный контроль над теми действиями человека, которые затрагивают не только его персональные интересы, но и интересы других членов социума. Давно уже было сказано: «Жить в обществе и быть свободным от общества нельзя» [1].

Выделяют два условия наступления социальной ответственности:

1. Наличие свободы воли индивида, возможность самоопределяться, занимать конкретную позицию в различных ситуациях. Как считает Б. Т. Базылев, главными предпосылками свободы являются социальная и природная необходимость, причем в некоторых случаях природная необходимость выступает основанием необходимости социальной. Это значит, что для достижения свободы личность должна познавать основные закономерности природы и общества и ориентироваться на них в своей деятельности. Однако знания этих закономерностей недостаточно для достижения свободы, человек должен проявить свою волю [1]. Также необходимо отметить, что данное условие наступления социальной ответственности означает, что ответственность может нести только лицо, способное руководить своими действиями и предусматривать их возможные последствия, т. е. дееспособное лицо. Лица, не обладающие этими качествами (недееспособные лица – малолетние, душевнобольные), не несут ответственности за свои действия, так как они не обладают полной свободой воли, действуют неосознанно.

2. Возможность выбора варианта поведения. Это условие подразумевает, что ответственность должна наступать лишь в том случае, когда у человека был выбор, какое действие совершить – влекущее ответственность или не влекущее, и он выбрал первое. При этом человек, избравший единственно возможным в данной ситуации вариант поведения, не должен нести за это ответственность [1].

Социально ответственное поведение предполагает осознание и выполнение лицом требований, которые предъявляет к нему общество. В противном случае поведение лица признается социально вредным и наступает ответная негативная реакция со стороны общества и государства.

Социальная ответственность выполняет функцию социального регулирования и контроля поведения людей, она призвана побуждать членов общества к активному, социально полезному поведению, позволяющему в наиболее полном объеме реализовывать интересы личности и общества в целом.

Социальная ответственность определяется рядом объективных и субъективных предпосылок. С объективной стороны она отражает общественную природу человека и урегулированность общественных отношений социальными нормами. Деяние, противоречащее этим нормам, влечет ответственность нарушителя. Ее возникновение возможно при условии предварительного предъявления к поведению людей определенных требований, сформулированных устно или письменно в соответствующих правилах.

Социальная ответственность – это диалектическая взаимосвязь между личностью и обществом, характеризующаяся взаимными правами и обязанностями по соблюдению предписаний социальных норм, их выполнению, влекущему одобрение, поощрение, а в случаях безответственного поведения, не соответствующего предписаниям этих норм, – обязанность претерпеть неблагоприятные последствия и их претерпевание.

Социальная ответственность едина, но имеет различные формы реализации. Классификация социальной ответственности зависит от сферы социальной деятельности, в связи с чем выделяют политическую, моральную, общественную, юридическую ответственность и т. д.

Политическая ответственность обусловлена особенностями политических отношений и регламентирующих их норм. Эти отношения возникают между классами, нациями, государствами в процессе взаимоотношений. Своеобразие политической ответственности заключается в том, что она наступает не только за виновные действия, но и за неумелость, приспособленчество, конъюнктурность, опрометчивость в вопросах политики и т. п. Ее сущность – отрицательная оценка политического проступка субъекта со стороны определенного класса, группы или общества в целом.

Моральная ответственность имеет весьма широкую сферу действия. Ее важнейшим свойством является осуждающее отношение к нарушителю социальных норм, которое складывается у общества или коллектива, негативная оценка поступка, противоречащего нормам морали.

Эти нормы исходят непосредственно из общенародных представлений о добре и зле, справедливости и чести, достоинстве и добродетели и выступают критерием социальной оценки определенных качеств личности нарушителя. Моральная ответственность взымает к его совести о признании и осознании совершенных им ошибок, строгом выполнении общепринятых правил поведения.

Юридическая ответственность представляет собой особую разновидность социальной ответственности, которая проявляется в различных областях человеческой жизни.

В настоящее время компании в сфере ЖКХ в основном направлены на развитие инновационной структуры жилищного фонда, поддержку ветеранов, инвалидов и молодых специалистов, благотворительную деятельность, оказание работникам дополнительных определенных медицинских услуг [2–5].

Таким образом, социальная ответственность компаний в области ЖКХ является больше внешней, чем корпоративной.

Опыт зарубежных стран в осуществлении социальной ответственности обширен. Он охватывает деятельность не только самих поставщиков ресурсов, но также коммерческие и государственные компании, которые занимаются мониторингом деятельности в сфере ЖКХ [2–4].

В Российской Федерации отрасль ЖКХ регулирует порядка трехсот нормативно-правовых актов. Это одна из самых «зарегулированных» отраслей страны, но несмотря на это кризис в системе жилищно-коммунального хозяйства продолжает развиваться. К сожалению, многие разработчики законодательных актов подвержены сильному влиянию лобби со стороны монополий. Таким образом, многие законодательные акты не защищают интересы граждан, что приводит к росту социального расслоения общества.

В Польше большая часть коммунального жилищного фонда является собственностью местных властей (гминов) и эксплуатируется ими, гмины в соответствии с законом 1994 г. об оплате жилья и тарифных льготах, имеют значительную свободу выбора в осуществлении политики в этой сфере. Этим законом, в частности, предполагается, что гмины могут повышать ком-

мунальные тарифы с целью покрытия расходов на содержание жилого фонда, одновременно предоставляя определенные льготы малообеспеченным жителям по специальным программам [5]. Безусловно, без реформирования системы оплаты жилья местные власти могут финансировать реконструкцию жилого фонда, но повышение тарифов делает реформу очень непопулярной в территориальной общине. Исходя из этого, каждое из местных правительств Польши пытается реализовывать свою политику в этой сфере. Например, города Гдыня и Щецин проводят в оплате жилья «агрессивную» политику и относятся к тем гминам, которые вводят регулярное повышение тарифов. Чтобы преодолеть политическое и социальное сопротивление повышению тарифов, муниципалитеты Гдыни и Щецина позаботились о привлечении всех заинтересованных участников рынка жилья (членов городских советов, квартиросъемщиков, граждан и чиновников местных органов власти) к обсуждению предложений по повышению квартирной платы до рыночного уровня. Эти же гмины сделали повышение тарифов составной частью своих долгосрочных планов развития жилищного сектора. В то же время в Кракове началось внедрение дифференцированных тарифов с применением методологии, которая помогает гминам внедрять рыночную структуру оплаты жилья в той части жилого фонда, которая им принадлежит. Тарифы устанавливаются в зависимости от качества и местонахождения жилья. Радомская Ассоциация социального жилищного фонда, управляющая коммунальным жилищным фондом Радомы, убедил граждан в необходимости утверждения повышенных тарифов ради увеличения расходов на содержание и текущий ремонт жилья. При этом она регулярно отчитывается о всех потраченных на эти цели средствах перед обществом.

В Великобритании существует коммерческий регулятор *Ofgem*. Основная задача *Ofgem* – защита интересов потребителей посредством поддержания конкуренции и регулирования деятельности монополий, управляющих электросетями и газосетями. В 2006 г. *Ofgem* был введен механизм поощрения для операторов сетей, которые предоставляют качественные услуги своим потребителям. Он позволяет выделять и вознаграждать компании, которые наиболее эффективно осуществляют свою деятельность и демонстрируют лучшую практику по отношению к потребителям.

Социальная ответственность также направлена и на окружающую среду. Так, с 2001 года по отношению к промышленному потреблению энергии действует налог на климатические (природные) изменения. В среднем, налог на климатические изменения увеличивает цену на единицу электроэнергии на 7%.

Управляющие компании Германии реализовывают социальную ответственность необычным образом. Например, жильцам, которые выбрали определенную компанию, за ее счет они нанимают специального детектива, который отслеживает людей, мусорящих в неположенных местах. Данным жильцам за такое нарушение в следующем месяце будет насчитываться плата в двойном размере за вывоз мусора с территории многоквартирного дома.

Veolia Environnement – французская многопрофильная компания, базирующаяся в Париже. Данная компания ориентирована на четыре вида деятельности: поставка и очистка воды, коммунальные услуги, энергетика и транспортные услуги. Одним из видов социальной ответственности компании является защита окружающей среды. *Veolia* занимается сбором, переработкой и утилизацией бытовых и промышленных отходов.

Самым главным и необходимым заимствованием из социальной ответственности таких стран как Великобритания, Германия и Франция является защита окружающей среды, как раз то, что необходимо для улучшения качества не только предоставляемых услуг потребителям, но и жизни в целом [1; 5].

Чтобы сделать эффективной работу жилищно-коммунального хозяйства, необходимо адаптировать к нашим условиям схемы производства, оказания и оплаты услуг, формирования тарифов, в том числе и социальную ответственность, которые практикуются в других странах. Такие мероприятия позволят снять растущее массовое недовольство ситуацией в политической и экономической сферах общественных взаимоотношений.

Список использованной литературы

1. Косенко, О. И. Социальная ответственность бизнеса: уроки истории, опыт развитых стран и современной России / О. И. Косенко, А. А. Шурус. – М. : АТиСО, 2008. 185 с
2. Ермолаев, Е. Е. Основы формирования интегрированной инновационно-ориентированной системы управления жилищной сферой города / Е. Е. Ермолаев // Интеграл. – 2008. – № 6. – С. 130–132.

3. **Ермолаев, Е. Е.** Совершенствование методов обоснования управленческих решений в коммунальном хозяйстве / Е. Е. Ермолаев, М. Ф. Хайруллин, Н. А. Кравченко // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 4–2 (57–2). – С. 1033–1036.

4. **Гобозов, И. А.** Общество и государство: их взаимодействие / И. А. Гобозов // Философия и общество. – 2011. – № 2 (62). – С. 68–73.

5. **Иваненко, Л. В.** Зарубежный опыт эффективного управления многоквартирными домами / Л. В. Иваненко // Вестн. УГУЭС. Наука, образование, экономика. Сер. Экономика. – 2014. – Вып. № 1 (7). – С. 146–150.

УДК 338.46

Н. В. Лацкевич (latsk@rambler.ru),
канд. экон. наук, доцент

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

О ПЛАТНЫХ УСЛУГАХ НАСЕЛЕНИЮ В СИСТЕМЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье рассмотрены вопросы развития платных услуг населению в системе потребительской кооперации Республики Беларусь, анализируется состояние и развитие платных услуг населению в системе потребительской кооперации Республики Беларусь с 1990 г. по настоящее время, определены основные проблемы их оказания и приоритетные направления развития.

In the article we considered the matters of development of payable services for the population in the system of consumer cooperatives of the Republic of Belarus. We analyzed the statement and the development of payable services for the population in the system of consumer cooperatives of the Republic of Belarus since 1990 till the present and we defined the main problems of their rendering and priority directions of their development.

Ключевые слова: услуги; виды платных услуг населению; объем услуг; структура услуг; потребительская кооперация.

Key words: services; types of paid services to the population; the scope of services; Service structure; consumer cooperatives.

На протяжении всей истории существования потребительской кооперации Республики Беларусь ее организациями оказывались платные услуги населению. В 1990 г. их оказывали райпо, учебные заведения, санаторий «Кооператор», санаторий «Приозерный», минский Комаровский рынок, РПО «Белкооппромпушнина», Гомельский завод торгового оборудования, институт «Белкооппроект», Минское торгово-посылочное предприятие, Управление жилыми домами.

В настоящее время в системе Белкоопсоюза не существует санаторных организаций, минского Комаровского рынка, института «Белкооппроект».

Платные услуги оказываются населению страны районными потребительскими обществами, Минским, Витебским, Гомельским, Брестским, Могилевским облпотребсоюзами, Гродненским областным потребительским обществом, ЧУП «Калинковичское звероводство Белкоопсоюза», ЧУП «Пинское звероводство Белкоопсоюза», ЧПУП «Борисовский комбинат текстильных материалов Белкоопсоюза», ЧПУП «Гомельский завод торгового оборудования», ЧУП «Завод Белкооппрогресс Белкоопсоюза», ЧУП «Белкоопвнешторг», ЧТПУП «Поречье» Белкоопсоюза, УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», УО «Барановичский торговый колледж», УО «Гомельский торгово-экономический колледж», УО «Гродненский торговый колледж», УО «Минский торговый колледж», УО «Молодеченский торгово-экономический колледж», УО «Полоцкий торгово-технологический колледж».

Организации потребительской кооперации Республики Беларусь оказывают следующие виды платных услуг населению:

- транспортные услуги;
- услуги связи;
- жилищные услуги;
- коммунальные;

- услуги гостиниц и аналогичных средств размещения;
- услуги культуры;
- услуги физической культуры и спорта;
- услуги образования (высшее, среднее специальное, услуги школ подготовки и переподготовки водителей (автошколы));
- услуги по прокату;
- услуги по аренде;
- услуги радиолога;
- услуги ксерокопирования;
- услуги набор текста на компьютере;
- услуги по стирке;
- услуги парикмахерских;
- услуги бань и душевых;
- услуги в области фотографии;
- услуги по ремонту обуви;
- услуги по ремонту часов;
- ритуальные услуги;
- услуги по ремонту предметов личного пользования;
- услуги по техническому обслуживанию и ремонту транспортных средств;
- услуги по предоставлению сельхозмашин при обработке участков;
- услуги по обработке древесины;
- услуги по ремонту зерна;
- услуги по убою скота;
- услуги по тепловой обработке и прочим способам переработки мясных продуктов (копчение и соление);
- услуги в области производства овощных и фруктовых соков;
- услуги по хранению и складированию;
- услуги упаковочные;
- строительно-монтажные услуги;
- услуги поваров;
- услуги по заточке ножей;
- услуги по предоставлению и оформлению зала.

Самыми востребованными у населения являются следующие виды услуг:

- бытовые, в том числе ремонт обуви, ремонт и пошив швейных изделий, ремонт и техническое обслуживание бытовой радиоэлектроаппаратуры, бытовых машин, ремонт и изготовление металлоизделий, техническое обслуживание и ремонт транспортных средств, ремонт мебели, ремонт и строительство жилья, услуги фотоателье, парикмахерских, услуги по прокату, ритуальные и обрядовые услуги, забой скота, нарезка стекла, заточка ножей и т.д.;
- транспортные, в том числе услуги грузового автотранспорта;
- коммунальные услуги, в том числе пользование электроэнергией, холодным и горячим электроснабжением, газоснабжением, центральным отоплением, подогревом воды, вывоз бытовых отходов;
- услуги рынков, в том числе плата за место торговли, разруб мяса, взвешивание продуктов, выдача торгового инвентаря, хранение товаров, автомобилей и других транспортных средств;
- услуги торговли, в том числе оформление подарков и букетов цветов, оформление кредита, доставка товаров на дом;
- услуги общественного питания, в том числе обслуживание торжеств, дискотеки, бильярдные, игровые автоматы;
- образовательные услуги, в том числе подготовка специалистов с высшим и средним специальным образованием, переподготовка и повышение квалификации специалистов, обучение на подготовительных отделениях и др. Эти услуги оказываются Белорусским торгово-экономическим университетом потребительской кооперации, Полоцким торгово-технологическим колледжем, Барановическим торговым колледжем, Гомельским торгово-экономическим колледжем, Молодечненским торгово-экономическим колледжем, Минским торговым коллед-

жем, Гродненским торгово-экономическим колледжем. Учреждения образования оказывают также услуги ксерокопирования, услуги по распечатке на принтере, услуги библиотек, услуги по работе на компьютере; транспортные услуги, гостиничные услуги.

Анализ объема оказанных платных услуг населению организациями Белкоопсоюза за 1990–2014 гг. свидетельствует о ежегодной положительной тенденции роста этого показателя (таблица 1). Об этом можно судить по темпам роста объема платных услуг населению в сопоставимых ценах в процентах к предшествующему периоду (цепных темпах роста), которые ежегодно свидетельствуют о росте оказываемых услуг населению. Наибольшими темпами рос объем оказываемых услуг в 1996 г. – 134,8%; 1997 – 132,8; 2004 – 116,8; 2009 – 113,3; 2012 г. – 114,2%.

Структура оказываемых платных услуг населению на протяжении анализируемого периода изменялась.

В структуре оказываемых населению платных услуг системой потребительской кооперации в 2006 г. основная доля приходилась на услуги образования – 53,9% (таблица 2). Бытовые услуги составляли 17,4%, коммунальные – 3,5, услуги жилищного хозяйства – 3,0, транспортные – 1,2, услуги гостиниц и других средств размещения – 0,5, культуры – 0,6 и прочие услуги – 19,9% (услуги торговли, общепита, рынков и т. п.) [1].

В структуре оказываемых населению платных услуг системой потребительской кооперации в 2014 г. произошли изменения (таблица 3).

Таблица 1 – Объем платных услуг населению по Белкоопсоюзу за 1990–2014 гг.

Год	Объем платных услуг населению, всего, млн р	Темп роста объема платных услуг населению к предыдущему году, в сопоставимых ценах, %	Удельный вес бытовых услуг в общем объеме услуг, %
1990	17 818,3	–	–
1991	9,5	–	32,8
1992	86,2	–	–
1993	–	–	–
1994	3 422,4	–	–
1995	33 706,9	91,5	–
1996	74 702,0	134,5	–
1997	131 458,0	132,8	14,8
1998	570 798,0	116,7	5,3
1999	2 111 494,0	110,5	5,0
2000	7 119,6	94,4	4,0
2001	16 444,9	112,3	2,8
2002	32 490,3	109,3	3,7
2003	41 927,9	87,1	5,3
2004	19 111,0	116,8	14,3
2005	24 463,0	112,7	16,9
2006	30 280,0	112,0	16,8
2007	36 049,4	110,1	17,2
2008	45 339,7	112,1	22,1
2009	58 495,0	113,3	25,1
2010	69 744,2	112,3	28,5
2011	99 099,8	101,3	31,4
2012	95 019,2	114,2	58,1
2013	138 383,7	111,7	56,8
2014	187 196,5	106,7	47,2

Примечание – Рассчитано по годовым данным Белкоопсоюза за 1990–2014 гг. [2].

Основная доля приходилась на бытовые услуги – 47,2%, услуги образования занимали 5,5, услуги гостиниц и других средств размещения – 5,3, культуры – 2,7, транспортные – 1,9 и прочие услуги – 34,2%.

Таблица 2 – Структура платных услуг населению по Белкоопсоюзу в 2006 г.

Облпотребсоюз (облпотреббщество)	Виды платных услуг							
	быто- вые	транс- портные	жилищ- ные	культу- ры	образо- вания	комму- нальные	гостиниц и других средств размещения	прочие
Брестский	36,9	1,8	1,3	5,5	6,0	3,7	3,7	41,0
Витебский	51,1	2,9	2,2	–	–	4,4	0,1	39,2
Гомельский	47,6	4,2	2,3	0,3	–	10,9	–	34,7
Гродненское	40,8	0,9	0,8	–	–	2,0	–	55,5
Минский	39,3	6,0	3,4	–	–	6,6	2,2	42,5
Могилевский	37,0	1,9	3,0	0,6	0,5	10,1	0,1	46,7
Итого по облпотреб- союзам	42,2	2,9	2,0	1,4	1,5	5,9	1,2	42,9
Итого по хозяйствам БКС	0,6	0,1	3,7	0,1	89,2	1,9	–	4,4
По БКС	17,4	1,2	3,0	0,6	53,9	3,5	0,5	19,9
Примечание – Рассчитано по оперативным данным Белкоопсоюза [2].								

Таблица 3 – Структура платных услуг населению по Белкоопсоюзу в 2014 г.

Облпотребсоюз (облпотреббщество)	Виды платных услуг							
	быто- вые	транс- портные	жилищ- ные	культу- ры	образо- вания	комму- нальные	гостиниц и других средств размещения	прочие
Брестский	55,4	2,3	0,2	6,9	7,3	0,5	0,4	27,0
Витебский	53,6	3,3	0,4	6,2	3,1	0,7	0,1	32,6
Гомельский	55,2	2,9	0,8	0,8	1,0	0,4	–	38,9
Гродненское	64,2	1,2	0,2	0,3	7,3	0,6	0,3	25,9
Минский	57,0	1,2	0,5	1,5	4,5	1,5	0,7	33,1
Могилевский	38,8	1,1	1,9	2,8	16,7	1,9	1,3	35,5
Итого по облпотреб- союзам	51,7	2,0	0,7	2,7	6,2	0,9	0,4	35,4
Итого по хозяйствам	10,5	1,3	8,2	2,7	–	5,6	45,0	26,7
По Белкоопсоюзу	47,2	1,9	1,5	2,7	5,5	1,4	5,3	34,5
Примечание – Рассчитано по оперативным данным Белкоопсоюза [2].								

Изменения в структуре оказываемых населению платных услуг системой потребительской кооперации за последние 8 лет свидетельствует о развитии новых видов услуг, о росте востребованности видов услуг, ранее нетрадиционных для организаций потребительской кооперации (услуги гостиниц и других средств размещения, культуры). Снижение доли услуг образования объясняется «демографической ямой» в структуре населения, получающего образование в Республике Беларусь.

Удельный вес бытовых услуг последние пять лет занимает третью часть в общем объеме платных услуг населению. Это самый традиционный и самый востребованный вид услуг, оказываемых организациями потребительской кооперации. В структуре бытовых услуг наибольший удельный вес занимают ритуальные услуги – 58%, техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств – 14,2, услуги парикмахерских – 7,9, ремонт и пошив швейных, меховых, кожаных изделий и изделий текстильной галантереи – 3,3, ремонт и строительство жилья и других построек – 1,9, услуги предприятий по прокату – 1,4, ремонт и техническое обслуживание радиоаппаратуры, бытовых машин и изготовление металлоизделий – 0,7, фотоуслуги – 0,1, ремонт и изготовление мебели – 0,2, прочие виды бытовых услуг – 11,7%.

Наблюдающаяся в мировой экономике тенденция роста сферы услуг присутствует в экономике Беларуси и соответственно в системе потребительской кооперации страны. Сегодня сфера услуг становится все более значимой в экономике, так как она создает дополнительные рабочие места и вносит существенный вклад в валовой внутренний продукт. При производстве услуг в меньшей степени используются природные ресурсы, что актуально для нашей страны, с ограниченным количеством запасов полезных ископаемых. Экономика Беларуси остается в значительной мере материало- и энергозависимой от импорта сырьевых ресурсов, следователь-

но дальнейший экономический рост возможен за счет динамичного развития менее ресурсоемкого сектора – сферы услуг.

Список использованной литературы

1. **Исследование** развития деятельности организаций потребительской кооперации Республики Беларусь в сфере дополнительных услуг : отчет о НИР / Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп. ; рук. С. А. Дещеня. – Гомель, 2007. – С. 535. – № ГР 20061599.

2. **Основные** показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2014 г. / Белкоопсоюз. – Минск, 2014. – 63 с.

УДК 657.6

А. О. Липская (Lesenka-pesenka4@rambler.ru),
ассистент

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

РАЗВИТИЕ МЕТОДИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К АНАЛИЗУ РАСХОДОВ ПО ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ СФЕРЫ ОБРАЩЕНИЯ

В статье представлено развитие методических подходов к анализу расходов по финансовой деятельности в организациях сферы обращения, апробированных на цифровых данных Гомельского облпотребсоюза; обоснована необходимость оценки основной статьи данной категории расходов – расходов по уплате процентов за кредит – с использованием набора показателей, включающего кредитную нагрузку, стоимость кредитных ресурсов и разработанный автором показатель выручки от реализации товаров, обеспечивающей погашение процентов за кредит.

The article presents the development of methodological approaches for the analysis of the costs of financial activity in organizations of the sphere of circulation, approved on data of the Gomel Regional Consumer Union; the necessity of evaluating the main item of this category of expenses – interest expense for the loan - using a set of indicators, including credit load, the cost of credit resources and developed by the author index of proceeds from the sale of goods, ensuring the repayment of interest for the loan

Ключевые слова: безубыточность деятельности; выручка от реализации товаров; кредитная нагрузка; проценты за кредит; расходы по финансовой деятельности; стоимость привлечения кредитных ресурсов.

Key words: break-even operations; the proceeds from the sale of goods; the loan burden; the interest for the loan; the costs of financial activities; the cost of attracting credit resources.

Анализ расходов по финансовой деятельности имеет большое значение в системе общей оценки деятельности организации. Это обусловлено тем, что, во-первых, данная категория расходов оказывает непосредственное влияние на общий финансовый результат деятельности хозяйствующего субъекта, при этом носит негативный характер, во-вторых, в современных условиях хозяйствования удельный вес расходов по финансовой деятельности в большинстве организаций в общей сумме расходов постоянно возрастает, что связано с необходимостью использования кредитных ресурсов для обеспечения функционирования субъектов. Сказанное выше свидетельствует о необходимости своевременной, оперативной и объективной оценки расходов в целом, и в частности, расходов по финансовой деятельности.

В свою очередь, вопросам разработки и совершенствования аналитического инструментария исследования расходов посвящены публикации ведущих отечественных и зарубежных экономистов, а именно: М. С. Абрютинной, М. И. Баканова и А. Д. Шеремета, Р. П. Валевиц и Н. С. Шелега, Л. Л. Ермолович, Т. В. Емельяновой и Л. И. Кравченко, В. Г. Когденко, А. З. Коробкина, Н. В. Максименко и Е. Е. Шишковой, Н. С. Пласковой, Г. В. Савицкой и др. Вместе с тем, обзор литературных источников позволил выявить следующие подходы к изучению расходов по финансовой деятельности организации:

- расходы по финансовой деятельности не выступают отдельными объектами финансового анализа, оценка расходов в целом осуществляется только в рамках отраслевых особенностей хозяйствующего субъекта, акцент делается на основную текущую деятельность организации, присутствуют основные модели факторного анализа статей расходов;

- анализ расходов по финансовой деятельности проводится в рамках изучения источников формирования прибыли организации и оценки их влияния на изменение финансовых результатов, что не позволяет в полной мере исследовать данную статью расходов.

Таким образом, нерешенными остаются следующие вопросы:

- в экономической литературе отсутствует оценка расходов по финансовой деятельности, что обусловлено преобладанием в литературных источниках отраслевых методик анализа расходов организации в целом и приоритетностью изучения расходов по основной текущей деятельности;

- высокий уровень агрегированности (обобщения) данных отчета о прибылях и убытках, выступающего основным источником информации об источниках формирования прибыли организации, в связи с чем в нем отсутствует в полном объеме информация для управления ресурсным комплексом субъекта хозяйствования, что дает возможность проводить только горизонтальный и вертикальный анализ расходов по финансовой деятельности.

В связи с этим, возникает необходимость развития методических подходов анализа расходов по финансовой деятельности с учетом современного состояния экономики и информационного обеспечения, цель которых заключается в обосновании управленческих решений, направленных на изыскание резервов их оптимизации и оценки влияния на финансовые результаты.

Считаем, что при изучении структуры и тенденций развития расходов по финансовой деятельности необходимо учитывать тот факт, что их рост преимущественно связан с увеличением процентов за пользование кредитами банка (90–98%), вследствие чего в ходе исследования предлагаем рассчитывать следующие показатели:

1. Кредитную нагрузку на организацию (отношение процентов по кредитам к выручке от реализации товаров, продукции, работ, услуг, умноженное на 100)[1, с.96], что характеризует размер процентов за кредит, приходящийся на 100 р. выручки от реализации, и позволяет сравнить темп роста процентов за кредит с темпом роста выручки от реализации товаров.

2. Стоимость привлеченных кредитных ресурсов (отношение процентов за кредит к сумме среднего остатка по кредитам, умноженное на 100) [1, с. 96], что позволяет оценить целесообразность привлечения банковских кредитов. Для принятия решения о целесообразности привлечения кредитных ресурсов необходимо сопоставлять данный показатель с рентабельностью активов. В случае превышения рентабельности активов по сравнению со средней стоимостью привлеченных кредитов дополнительное использование банковских кредитов позволит увеличить рентабельность собственного капитала организации. В противоположной ситуации использование кредитов сопровождается снижением финансовой устойчивости организации и отдачи средств на вложенный капитал.

3. Выручку от реализации товаров, обеспечивающую погашение процентов за кредит:

$$\hat{A}_{\% \text{кредит}} = \frac{\hat{O}_{\text{реал}} + \hat{O}_{\text{Д}} + \% \hat{e}_{\text{д}} \hat{a}_{\text{д}}}{(\hat{O}_{\text{АТ}} - \hat{O}_{\text{иад}})} \cdot 100, \quad (1)$$

где $\hat{A}_{\% \text{кредит}}$ – выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг, обеспечивающая погашение процентов за кредит, млн р.;

$\% \text{кредит}$ – сумма процентов за кредит, млн р.

Данный показатель позволяет оценить достаточность фактически полученных доходов по основной текущей деятельности для обеспечения расходов, связанных с платностью привлекаемых в хозяйственный оборот кредитных ресурсов.

Следует отметить, что в литературе по экономическому анализу встречается подход, при котором основными факторами, влияющими на величину процентов за кредит, выступают наряду с процентной ставкой доля кредитов в формировании товарных запасов и их товарооборачиваемость. При этом отмечается, что с ускорением оборачиваемости товарных запасов расходы на уплату процентов за кредит снижаются. Однако, на наш взгляд, данная позиция не совсем верна. Размер процентов за кредит находится в непосредственной зависимости от суммы основного долга и установленной банком процентной ставки по кредиту. В связи с этим, считаем, что расходы, связанные с уплатой процентов за кредит, являются постоянной величиной

расходов и прямо не зависят от стоимости приобретаемых за счет кредитных средств товарных запасов и их оборачиваемости. Тем не менее, следует отметить, что в результате ускорения оборачиваемости товарных запасов из хозяйственного оборота высвобождается дополнительная сумма средств, которая обеспечивает генерирование доходов по основной текущей деятельности, обеспечивающих погашение расходов по уплате процентов за кредит.

При этом считаем, что для обеспечения устойчивого экономического роста организации, характеризующегося получением достаточного объема прибыли от реализации товаров и снижением кредитной нагрузки на субъект хозяйствования, необходимо выполнение следующих соотношений между величиной и динамикой фактической выручки от реализации товаров, выручки от реализации, обеспечивающей получение необходимой прибыли от реализации, погашение процентов за кредит и безубыточность деятельности:

$$V_{\text{факт}} > V_{\text{ВП}} > V_{\%кр} > ТБ, \quad (2)$$

где $V_{\text{факт}}$ – выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг начисленная, млн р.;

$V_{\text{ВП}}$ – выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг, обеспечивающая получение необходимой прибыли, млн р.;

$V_{\%кр}$ – выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг, обеспечивающая погашение процентов за кредит, млн р.;

$ТБ$ – выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг, обеспечивающая безубыточность деятельности, млн р.;

$$Tr_{V_{\text{факт}}} > Tr_{V_{\text{ВП}}} > Tr_{V_{\%кр}} > Tr_{ТБ} > 100\%, \quad (3)$$

где $Tr_{V_{\text{факт}}}$ – темп роста выручки от реализации товаров, продукции, работ, услуг начисленная, млн р.;

$Tr_{V_{\text{ВП}}}$ – темп роста выручки от реализации товаров, продукции, работ, услуг, обеспечивающей получение необходимой прибыли, млн р.;

$Tr_{V_{\%кр}}$ – темп роста выручки от реализации товаров, продукции, работ, услуг, обеспечивающей погашение процентов за кредит, млн р.;

$Tr_{ТБ}$ – темп роста выручки от реализации товаров, продукции, работ, услуг, обеспечивающей безубыточность деятельности, млн р.

Выполнение данных неравенств свидетельствует о наличии в организации прибыли от реализации товаров в размере, обеспечивающем и устойчивость экономической деятельности посредством расширения объемов продаж, и погашения процентов по кредитам. При этом хозяйствующий субъект располагает достаточным запасом финансовой прочности, и ему не грозит риск потери прибыли.

На основании цифровых данных организаций Гомельского облпотребсоюза за 2013–2014 гг. проведем сравнительную оценку темпов роста выручки от реализации товаров и процентов за кредит, сделаем вывод о тенденциях изменения кредитной нагрузки (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика выручки от реализации товаров, продукции, работ, услуг, процентов за кредит и кредитной нагрузки организаций Гомельского облпотребсоюза за 2013–2014 гг.

Организации	Темп роста выручки от реализации товаров, %	Темп роста процентов за кредит, %	Кредитная нагрузка, %		
			2013 г.	2014 г.	отклонение, п.п.
Брагинское райпо	115,6	104,6	1,38	1,25	–0,13
Гомельское райпо	116,0	в 3,33 раза	0,29	0,83	0,54
Житковичское райпо	111,3	65,3	1,15	0,67	–0,47
Жлобинское райпо	112,6	54,9	0,37	0,18	–0,19
Калинковичское райпо	119,0	169,3	0,70	0,99	0,29
Лельчицкое райпо	114,4	120,9	0,48	0,50	0,03
Речицкое райпо	112,1	128,1	0,84	0,96	0,12
Рогачевское райпо	116,2	86,4	0,58	0,43	–0,15
Светлогорское райпо	118,6	86,6	0,84	0,61	–0,23

Окончание таблицы 1

Организации	Темп роста выручки от реализации товаров, %	Темп роста процентов за кредит, %	Кредитная нагрузка, %		
			2013 г.	2014 г.	отклонение, п.п.
ЧУП «Гомельская универсальная торговая база»	99,0	106,6	0,57	0,62	0,04
ЧУП «Припятский альянс»	102,7	138,1	0,72	0,96	0,25
Примечание – Разработано автором на основании данных бухгалтерской отчетности Гомельского облпотребсоюза за 2013–2014 гг.					

Данные таблицы 1 свидетельствуют о том, что за 2013–2014 гг. в результате опережения темпа роста процентов за кредит по сравнению с темпом роста выручки от реализации товаров наблюдается снижение налоговой нагрузки в Брагинском, Житковичском, Жлобинском, Рогачевском и Светлогорском райпо. В остальных организациях Гомельского облпотребсоюза происходит обратная тенденция, ставшая результатом дополнительного привлечения долгосрочных и краткосрочных кредитов, не обеспечивающего эффективность их использования и повышения отдачи от кредитных ресурсов.

В связи с этим необходимо соотнести стоимость кредитных ресурсов с рентабельностью активов для оценки целесообразности привлечения банковских кредитов. Динамика стоимости кредитных ресурсов и рентабельности активов организаций Гомельского облпотребсоюза за 2013–2014 гг. представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Динамика стоимости кредитных ресурсов и рентабельности активов организаций Гомельского облпотребсоюза за 2013–2014 гг., %

Организации	Стоимость привлеченных кредитных ресурсов			Рентабельность активов		
	2013	2014	Отклонение, п.п.	2013	2014	Отклонение, п.п.
Брагинское райпо	24,31	28,68	4,37	0,08	0,29	0,21
Гомельское райпо	28,10	62,38	34,28	1,53	2,09	0,55
Житковичское райпо	31,57	18,71	-12,86	0,44	1,06	0,62
Жлобинское райпо	31,36	17,90	-13,46	0,30	1,73	1,43
Калинковичское райпо	23,57	25,31	1,74	0,35	0,37	0,02
Лельчицкое райпо	13,72	23,59	9,87	4,19	2,28	-1,91
Речицкое райпо	29,81	32,37	2,56	0,46	0,27	-0,19
Рогачевское райпо	28,64	24,88	-3,76	0,01	0,05	0,04
Светлогорское райпо	28,46	22,25	-6,21	2,37	0,81	-1,56
ЧУП «Гомельская универсальная торговая база»	27,03	37,85	10,83	0,32	1,69	1,37
ЧУП «Припятский альянс»	28,82	24,52	-4,29	2,66	1,74	-0,91
Примечание – Разработано автором на основании данных бухгалтерской отчетности Гомельского облпотребсоюза за 2013–2014 гг.						

Из данных таблицы 2 следует, что по всем исследуемым организациям Гомельского облпотребсоюза в 2013–2014 гг. стоимость кредитных ресурсов существенно превышает рентабельность активов, что свидетельствует о нецелесообразности использования банковских кредитов, однако их привлечение обусловлено низким значением собственного капитала и отсутствием возможности развития деятельности хозяйствующих субъектов без дополнительных источников финансирования.

В связи с этим проведем оценку достаточности фактической выручки от реализации товаров для обеспечения безубыточности деятельности и уплаты процентов за кредит (таблица 3).

Таблица 3 – Динамика выручки от реализации товаров, продукции, работ, услуг, обеспечивающей безубыточность деятельности и уплаты процентов за кредит организаций Гомельского облпотребсоюза за 2013–2014 гг.

Организации	Выручка от реализации товаров населенная, млн р.		Темп роста, %	Выручка от реализации товаров, обеспечивающая погашение процентов за кредит, млн р.		Темп роста, %	Выручка от реализации товаров, обеспечивающая безубыточность деятельности, млн р.		Темп роста, %
	2013	2014		2013	2014		2013	2014	
Брагинское райпо	114 408	132 227	115,6	117 858	133 414	113,2	98 288	112 802	114,8
Гомельское райпо	300 514	348 624	116,0	270 102	364 176	134,8	260 701	332 065	127,4
Житковичское райпо	232 241	258 390	111,3	227 364	274 582	120,8	194 840	249 670	128,1
Жлобинское райпо	202 023	227 465	112,6	205 079	225 862	110,1	196 245	221 078	112,7
Калинковичское райпо	202 521	240 969	119,0	138 770	187 179	134,9	128 540	167 533	130,3
Лельчицкое райпо	194 969	223 019	114,4	164 352	187 279	114,0	154 944	176 402	113,8
Речицкое райпо	228 028	255 635	112,1	232 300	260 694	112,2	213 320	235 666	110,5
Рогачевское райпо	205 503	238 710	116,2	214 497	243 106	113,3	201 123	231 792	115,2
Светлогорское райпо	180722	214 346	118,6	181 159	213 074	117,6	163 301	197352	120,9
ЧУП «Гомельская универсальная торговая база»	805 702	797 956	99,0	723 210	826 469	114,3	639 156	727 715	113,9
ЧУП «Припятский альянс»	582 445	598 008	102,7	515 654	532 388	103,2	444 416	432 146	97,2
Примечание – Разработано автором на основании данных бухгалтерской отчетности Гомельского облпотребсоюза за 2013–2014 гг.									

Данные таблицы 3 свидетельствуют о том, что в 2014 г. фактической выручки от реализации товаров было достаточно для обеспечения безубыточной работы во всех организациях Гомельского облпотребсоюза, что свидетельствует о расположении хозяйствующих субъектов в зоне прибыли от реализации по совокупному результату от ведения многоотраслевого бизнеса.

Кроме того, обеспечение расходов по уплате процентов за кредит за счет выручки от реализации товаров осуществляется в полном объеме в Жлобинском, Калинковичском, Лельчицком, Светлогорском райпо и ЧУП «Припятский альянс», что позволяет сделать вывод о возможности использования кредитных ресурсов в хозяйственной деятельности данных субъектов для обеспечения условий их функционирования, несмотря на низкий уровень рентабельности активов и высокую стоимость кредитов.

В остальных организациях ведение многоотраслевого бизнеса не способствует эффективному использованию кредитных ресурсов, в результате чего происходит увеличение кредитной нагрузки при одновременном снижении прибыли организаций, что при дополнительном банковском кредитовании приведет к риску потери прибыли, снижению рентабельности активов и собственного капитала.

Таким образом, результаты проведенного исследования расходов по финансовой деятельности с применением рекомендуемых показателей позволяют оценить уровень рискованности управленческой деятельности по организации и осуществлению финансовой деятельности субъекта хозяйствования.

Кроме того, вносимые рекомендации по совершенствованию системы показателей коэффициентов анализа расходов по уплате процентов за кредит дают возможность оценить эффективность финансовой деятельности организации и способность обеспечить покрытие расходов полученными доходами по основной текущей деятельности при наличии факторов, свидетельствующих о нецелесообразности использования банковских кредитов при одновременной острой нехватке собственного капитала и вынужденном кредитном финансировании.

Список использованной литературы

1. Когденко, В. Г. Экономический анализ [Электронный ресурс] : электрон. учеб. курс / В. Г. Когденко. – Электрон. дан. и прогр. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РАБОЧИХ МЕСТ

Рассмотрены категории физического и экономического рабочих мест. Проанализированы основные характеристики конкурентоспособности рабочих мест. Указаны основные мотивы выбора компаний наемными работниками. Приведены рекомендации по повышению уровня конкурентоспособности рабочих мест.

The category of physical and economic workplaces are analyzed. The basic characteristics of competitive jobs are discussed. The main reasons why companies select employees are identified. The recommendations for improving the competitiveness of workplaces are provided.

Ключевые слова: физическое рабочее место; экономическое рабочее место; условия труда; конкурентоспособность рабочих мест; уровень конкурентоспособности фирмы.

Key words: the physical workplace; economical workplace; working conditions and the competitiveness of workplaces; the level of competitiveness of the company.

Современные компании заинтересованы в привлечении высококвалифицированных сотрудников. Исследования компании Towers Watson показали, что два из трех вызовов, с которыми сталкиваются топ-менеджеры – это уход из компании ключевых сотрудников и проблема с поиском новых таких сотрудников [1; 2]. Поэтому в последнее время в работе с персоналом доминирует подход, согласно которому труд, условия труда и рабочие места рассматривают как продукт маркетинга. В целом современный рынок труда рассматривает рабочее место как продукт, который продается.

Исследованию конкурентоспособности на рынке труда в Украине посвящены труды И. В. Анишиной, С. И. Бандура, Д. П. Богини, О. А. Герасименко, Е. А. Гришновой, О. А. Дорониной, Т. А. Заяць, Е. М. Либановой, А. М. Колота, В. В. Оникиенка, И. Л. Петровой, В. Н. Петюха, В. А. Савченка, Л. С. Шевченко. При этом они концентрируют внимание преимущественно на конкурентоспособности работников и в меньшей мере на конкурентоспособности рабочих мест. Государственная политика ориентирована на количество, а не на конкурентоспособность рабочих мест. Поэтому вопрос конкурентоспособности рабочих мест остается недостаточно исследованным и является актуальным.

Каждое рабочее место имеет свою специфику, связанную с особенностями организации производственного процесса, которая определяется, как правило, такими факторами, как тип производства, уровень разделения и кооперации труда, уровень механизации и автоматизации, количество оборудования на рабочем месте, вредность условий труда и др. Все эти особенности влияют на формирование конкурентоспособного рабочего места.

Существует много концепций по организации рабочих мест, которые тесно связаны с конкурентоспособностью рабочих мест.

М. П. Буковинская предлагает концепцию привлекательных рабочих мест, которая базируется на 10 элементах:

- организация и оснащение рабочих мест;
- соответствие деятельности организации законодательной и нормативно-правовой базе по охране труда;
- развитие на производстве систем по охране труда;
- соблюдение основных правил охраны труда;
- мониторинг условий труда на рабочем месте;
- реализация условий по производственной санитарии и гигиене труда;
- разработка систем аттестации рабочих мест за условиями труда;
- разработка системы профилактики производственного травматизма;

- мотивационное обеспечение безопасных условий труда;
- разработка программ социального партнерства по охране труда [3].

Эта концепция частично отражает характеристики конкурентоспособности рабочего места, поскольку охватывает анализ организации и оснащения рабочих мест, условия труда, но она упускает такие главные аспекты, как производительность труда и оплата труда.

Согласно ценовой концепции маркетинга, повышение стоимости рабочей силы может привести к высшему уровню практической отдачи, улучшению производительности труда, улучшению психологического климата в коллективе, поскольку сотрудники с высоким доходом дорожат рабочим местом и не желают его терять через низкую производительность труда и нарушения трудовой и технологической дисциплины. Таким образом, высокий уровень заработной платы является важным фактором одновременно конкурентоспособности рабочего места и повышения производительности труда. При этом производительность значительно зависит от оборудования и условий труда.

Исходя из вышеуказанного можно сделать вывод, что М. П. Буковинская рассматривает только физические рабочие места.

Под физическим рабочим местом подразумевают пространственную зону, предназначенную для выполнения работ или предоставления услуг одним сотрудником в одну смену, оборудованную соответствующими техническими средствами (основными производственными и непроизводственными средствами, рабочим инструментом, приспособлениями, инвентарем) и обеспеченную необходимым сырьем и материалами [4].

При этом эта категория является немного неполной для понимания категории конкурентоспособности рабочего места. Поэтому при анализе конкурентоспособности рабочего места нужно отталкиваться от категории «экономическое рабочее место».

Экономическое рабочее место – это место приложения труда одного сотрудника (фактического или потенциального), которое обеспечивает его продуктивную занятость. Экономическое рабочее место выдвигает определенные требования к образовательному, профессионально-квалификационному и интеллектуальному уровню сотрудника, к его физическим и индивидуально-психологическим особенностям, к его состоянию здоровья.

Физическое рабочее место является одновременно и экономическим при наличии следующих условий:

- если имеет место платежеспособный спрос на товары и услуги фирмы;
- если выделены оборотные средства, которые обеспечивают сотрудника предметами труда, энергией, информацией, заработной платой и тому подобное;
- если рабочее место обеспечивает сотруднику заработок (объем потребления материальных благ или услуг), достаточный для расширенного воспроизведения рабочей силы;
- если работодатель получает доход (прибыль), достаточную для дальнейшего развития производства [4].

Таким образом, анализируя конкурентоспособность рабочих мест нужно рассматривать не физические, а экономические рабочие места.

Мотивы выбора компаний наемными работниками еще раз подтверждают, что заработная плата и условия труда являются характеристиками конкурентоспособных рабочих мест с точки зрения потенциальных сотрудников (таблица).

Мотивы выбора компаний наемными работниками

Мотивы	Часть работников, %
Высокий уровень заработной платы	54,8
Хорошие условия труда	40,7
Программа социального страхования	34,8
Возможности для карьерного продвижения и саморазвития	22,9
Дополнительные денежные поощрения для сотрудников	18,8
Программа обучения и повышения квалификации	16,5
Не денежные поощрения для сотрудников	15,6
Создание рабочих мест, значимое количество сотрудников	14,9
Корпоративная культура, хороший микроклимат в коллективе	11,9
Стабильность, уверенность, надежность	11,0
Другое	10,0
Примечание – Источник [4, с. 142].	

Для того чтобы конкурентоспособность рабочих мест компании была на высоком уровне, необходимо постоянно анализировать состояние рабочих мест, сравнивать их со своими ближайшими конкурентами.

Исходя из политики компаний по повышению конкурентоспособности рабочих мест Л. С. Шевченко выделяет 3 основных уровня, или ступени, конкурентоспособности фирмы на рынке труда [4, с. 150].

Руководство фирм первого уровня конкурентоспособности видит свою роль только в том, чтобы нанять необходимых работников и обеспечить им условия труда согласно к трудовому законодательству страны. Такой подход к организации наемного труда допустим, если предприятие работает в определенной «нише» рынка труда и не имеет прямых конкурентов. Создание конкурентных преимуществ на рынке труда тогда отодвигается на неопределенный период.

Фирмы второго уровня конкурентоспособности пытаются, чтобы их условия труда полностью соответствовали «стандартам», установленным основными конкурентами – организации рабочих мест, уровню оплаты труда, методам управления персоналом. Они повторяют, копируют принципы и подходы к организации деятельности своих конкурентов. Отказаться от таких стереотипов их заставляет только усиление конкуренции на рынке труда.

Фирмы третьего уровня конкурентоспособности достигают успеха в конкурентной борьбе благодаря новым приемам и методам организации наемного труда в широком значении. Предлагая именно социально-инновационные рабочие места, они значительно опережают своих конкурентов на рынке труда и являются стратегическими с точки зрения государственных и региональных программ занятости. Такие фирмы одновременно имеют высокий уровень организационной культуры.

Таким образом, определение уровня, на котором находится компания, можно рассматривать как базис, на основании которого компания разрабатывает пути улучшения своих позиций.

Специалисты известной консалтинговой компании McKinsey считают, что рабочие места как товар на рынке труда подчиняются законам брендинга, и рекомендуют следующее:

- признать фирму продуктом, предназначенным для «продажи» с учетом тех особенностей, которые более всего интересуют наемного работника;
- продумать систему «узнаваемости» фирмы;
- обеспечить рекламу рабочих мест через систему массовой коммуникации, которая гарантирует лояльность потенциального работника к компании еще до наема, а также повышение финансовой эффективности рекрутингового отдела;
- сделать свою организацию объектом ссылок в средствах массовых коммуникаций [2, с. 272)].

Таким образом можно повысить лояльность потенциальных сотрудников к компании и в перспективе привлекать талантливых сотрудников, для которых важна не только заработная плата, но и другие характеристики конкурентоспособных рабочих мест.

По мнению О. А. Герасименко, повышение уровня конкурентоспособности рабочих мест связывается с изменениями в сторону улучшения качественных характеристик существующих на рынке труда рабочих мест с целью обеспечения их привлекательности для экономически активного населения. И хотя конкурентоспособность рабочего места – характеристика интегральная, объединяющая ряд физических, интеллектуальных и экономических аспектов труда (продуктивную деятельность в нормальных производственных условиях, уровень интеллектуализации труда, достойное и справедливое вознаграждение, безопасность на рабочем месте, стабильность и социальную защиту, перспективы профессионального роста) точкой отсчета в ее обеспечении является уровень технического оснащения и содержательность труда. Все остальные компоненты – закономерные последствия вышеперечисленных [5].

Таким образом, конкурентоспособность рабочих мест является важным индикатором конкурентоспособности предприятия и зависит от многих факторов, в частности, от заработной платы, условий труда, технического уровня оборудования и узнаваемости фирмы. Именно повышение конкурентоспособности рабочих мест позволяет компаниям привлекать и удерживать талантливых сотрудников, которые являются главным источником новых идей и продвижения успешных компаний.

Список использованной литературы

1. **Strategies** for growth. Towers Watson [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.towerswatson.com/DownloadMedia.aspx?media>. – Дата доступа : 20.06.2016.

2. McKinsey-дайджест [Электронный ресурс] // Компаньон. – 2005. – № 41. – С. 34.
3. Буковинська, М. П. Створення привабливих робочих місць як умова конкурентоспроможності організації / М. П. Буковинська // Економіка АПК. – 2010. – № 3. – С. 72–76.
4. Шевченко, Л. С. Ринок праці: сучасний економіко-теоретичний аналіз / Л. С. Шевченко. – Харків, 2007.
5. Герасименко, О. О. Конкурентоспроможність робочих місць в економіці України: сучасний стан та напрями підвищення / О. О. Герасименко // Формування ринкової економіки : зб. наук. праць. Спец. вип. : У 2 ч. Ч. 2. Регіональний розвиток України: проблеми та перспективи / М-во освіти і науки, молоді та спорту України; Київський нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана ; відп. ред. С. Фіялка. – Київ : КНЕУ, 2011. – С. 456–465.

УДК 334.735:339.137.2

Н. В. Максименко (maksimenko@i-bteu.by),
канд. екон. наук, доцент

Ю. А. Дорох (lyulkadoroh1@mail.ru),
магістр економіки і управління

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ, ОЦЕНКА И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В настоящей статье рассматриваются теоретические подходы к оценке конкурентоспособности организаций потребительской кооперации. Произведен анализ конкурентоспособности деятельности Речицкого районного потребительского общества Гомельского областного потребительского союза в современных условиях и предложены некоторые направления по улучшению конкурентного положения исследуемой организации на рынке товаров и услуг.

This article considers approaches to evaluation of competitiveness of consumer cooperation organizations. The competitiveness of the Rechitsa district consumer society of Gomel regional consumer union is assessed in modern conditions, and some directions for improving the competitive position of the examined organisation are suggested on the market of goods and services.

Ключевые слова: конкуренция; конкурентоспособность; конкурентная среда; эффективность; конкурентные преимущества.

Key words: competition; competitiveness; competitive environment; effectiveness; competitive advantages.

Рыночная концепция развития основана на создании и эффективном использовании механизма хозяйствования, нацеленного на конкурентоспособное функционирование субъектов рынка с учетом быстроизменяющегося их внешнего и внутреннего окружения.

Современный этап формирования рыночных отношений характеризуется неопределенностью проявления влияния мирового кризиса, непостоянством условий предпринимательской деятельности, возрастанием коммерческого риска, усилением конкурентной борьбы и т. п. Сложившаяся экономическая ситуация отрицательно сказывается на важнейших аспектах обеспечения экономической безопасности деятельности всех хозяйствующих субъектов и отраслей экономики страны, в т. ч. потребительской кооперации.

Потребительская кооперация более чем за столетнюю историю своей деятельности продемонстрировала высокую жизнедеятельность и сегодня активно участвует в формировании потребительского рынка страны. Белкоопсоюз осуществляет свою деятельность по многим отраслевым направлениям во всех сельских населенных пунктах, большинстве поселков городского типа и городах, являющихся районными центрами. Потребительская кооперация по-прежнему играет важную роль в отечественном сегменте рынка товаров и услуг. Вместе с тем, в настоящее время хозяйствующие субъекты системы не в полной мере используют свой экономический потенциал. В результате усиления конкурентной борьбы удельный вес торговых организаций потребительской кооперации во всем товарообороте страны в последние годы постоянно снижается, прибыль многих райпо недостаточна для их самоокупаемости и самофинансирования, обеспечения конкурентных преимуществ на рынке товаров и услуг.

В этих условиях главная проблема потребительской кооперации заключается в необходимости разработки рыночных механизмов формирования внутренней и внешней среды ее раз-

вития, нацеленных на достижение конкурентных преимуществ относительно других субъектов рынка с учетом обеспечения социальных гарантий и улучшения финансовых результатов деятельности.

Конкуренция – важный фактор рыночной экономики. Конкурируют между собой и товары, представленные на рынке, и производители этих товаров, и отрасли, и страны. Поэтому понятия «конкуренция» и «конкурентоспособность» могут рассматриваться в разных аспектах.

С развитием конкуренции во всех областях жизнедеятельности человека возрастает интерес к вопросам управления конкурентоспособностью организаций. Ежегодно в отечественной и зарубежной печати публикуется большое количество научных работ в данной области. Однако до настоящего времени нет четких понятий конкурентоспособности, каждый автор дает свою трактовку данной категории.

Понятие «конкурентоспособность организации» является многофакторным и междисциплинарным. Оно основывается на конкуренции и проявляется в конкурентных преимуществах организации [1, с. 210].

Конкурентные преимущества неразрывно связаны с конкуренцией. Они возникают там, где возникает и развивается конкуренция. Чем больше усиливается конкуренция на рынке, тем более значимыми для коммерческого успеха являются конкурентные преимущества.

Конкурентные преимущества организации – это реальные или потенциальные компетенции и способности, характеристики ее производственной, финансовой, маркетинговой и иной деятельности, позволяющие организации в условиях конкурентной борьбы реализовать свои экономические интересы с большей степенью эффективности, чем ее конкуренты [2, с. 52].

Наряду с теоретическими исследованиями сущности конкуренции и конкурентоспособности в экономической литературе давно обсуждается проблема практической оценки конкурентоспособности. Если для оценки конкурентоспособности идентичных товаров и услуг разработаны вполне приемлемые методики, то с оценкой конкурентоспособности организаций дело обстоит сложнее. Универсальной и общепризнанной методики комплексной оценки конкурентоспособности организации экономистами в настоящее время не выработано.

В то же время потребность в оценке конкурентоспособности той или иной организации существует, поскольку в условиях рыночной экономики оценка своих конкурентных позиций является неотъемлемым элементом деятельности любого хозяйствующего субъекта. Изучение конкурентов и условий конкуренции в отрасли требуется организации в первую очередь для того, чтобы определить, в чем ее преимущества и недостатки перед конкурентами, и сделать выводы для выработки собственной успешной конкурентной стратегии и поддержания конкурентного преимущества.

В специальной литературе и экономической практике традиционно конкурентоспособность организации определяется следующими методами:

- оценка интегральным показателем, который основывается на ряде единичных показателей эффективного использования трудовых, материальных, нематериальных и финансовых ресурсов;
- на основе сравнения показателей конкурентоспособности конкретных товаров на конкретном рынке;
- на основе сравнения соотношений конкурентоспособности товаров торговой организации и доли ее на рынке;
- ранговый метод и др.

В настоящем исследовании оценка конкурентоспособности розничной торговли Речицкого райпо проводилась с использованием рангового метода на основе сравнения ее доли на конкретном рынке, а также метода оценки рангового положения райпо и его конкурентов по ряду критериев.

Оценка конкурентоспособности розничной торговли Речицкого райпо ранговым методом по сравнению с аналогичными данными по Гомельскому облпотребсоюзу и Белкоопсоюзу за 2015 г. представлена в таблице 1.

Данные таблицы 1 свидетельствуют о низкой конкурентоспособности розничной торговли Речицкого райпо. Почти по всем показателям, представленным в таблице 1, райпо занимает низшее третье ранговое место, кроме производительности труда на 1 работника в торговле за год, где оно занимает первое место. Также следует отметить, что темп роста розничного товарооборота в сопоставимых ценах у райпо оказался выше, чем у Гомельского облпотребсоюза, а фактическая товарооборачиваемость меньше, чем по системе Белкоопсоюза на 1 день.

Таблица 1 – Ранговая оценка конкурентоспособности розничной торговли Речицкого райпо по сравнению с Гомельским облпотребсоюзом и Белкоопсоюзом за 2015 г.

Показатель	Речицкое райпо		Белкоопсоюз		Гомельский облпотребсоюз	
	Значение	Ранг	Значение	Ранг	Значение	Ранг
Темп роста розничного товарооборота: в сложившихся ценах, %	101,02	3	103,19	1	102,07	3
в сопоставимых ценах, %	92,31	2	92,35	1	92,06	3
Производительности труда на 1 работника в торговле в год, млн р.	665,5	1	588,4	3	647,4	2
Удельный вес товаров отечественного производства в розничном товарообороте торговли, %	96,3	3	92,7	1	94,2	2
Объем среднемесячного розничного товарооборота на 1 м ² , тыс. р.	1 851,3	3	2 083,1	1	1 986,5	2
Удельный вес реализации непродовольственных товаров в общем товарообороте, %	19,90	1	12,76	3	13,30	2
Фактическая товарооборачиваемость, дней	42	2	43	3	39	1
Сумма рангов	–	15	–	13	–	15
Новый ранг	–	2	–	1	–	3

Сложившаяся ситуация говорит о низкой эффективности торговой деятельности райпо в 2015 г.

Руководство Речицкого райпо принимает разнообразные меры для улучшения ситуации, разрабатывает мероприятия по развитию розничной торговой сети, стимулированию продаж, расширению ассортимента, вследствие чего наблюдается рост товарооборота организации. Однако прибыль от реализации в торговле устойчиво сокращается, за анализируемый период снижается и конкурентоспособность организации.

В настоящее время конкурентами Речицкого райпо являются объекты РУП «Белпочта», РУП «Беларусьнефть», индивидуальные предприниматели и другие организации (таблица 2).

Таблица 2 – Перечень крупнейших организаций-конкурентов, осуществляющих торговлю в г. Речице и районе в 2015 г.

Наименование организации	Характеристика организации
КТУП «Торгсервис»	Цены ниже на 5–7%, хороший ассортимент товаров. Торговые объекты расположены в разных районах города, их общая площадь составляет 11 011,7 м ² , торговая площадь – 6 859,9 м ² . Более 91% торговой площади магазинов переведено на самообслуживание. Имеет объекты общественного питания.
ООО «Евроторг»	Оптимальный широкий ассортимент товаров с низкой торговой наценкой, продукция собственного производства, скидки, действует дисконтная программа, а также внедрена система интернет- и телефонных заказов товаров с бесплатной доставкой на дом; торговая площадь гипермаркета – 2 500 м ² , дискаунтеры находятся в шаговой доступности.

Известно, что в последнее время основным конкурентом потребительской кооперации является торговая сеть ООО «Евроторг». Не исключением является и Речицкое райпо. В Речице находится один гипермаркет «Евроопт» и три дискаунтера данной сети, которые составляют весомую конкуренцию. Услугами гипермаркета пользуется большинство населения района, несмотря на отдаленность.

Райпо осуществляет различные мероприятия по возвращению доли рынка. К ним относится снижение цен на уровне сети «Евроопт» в близлежащих магазинах. Также проводятся акции, введен бренд «Родны кут». Белкоопсоюзом разработаны правила мерчандайзинга, которые направлены на привлечение новых и появление постоянных покупателей.

Конкуренты Речицкого райпо имеют некоторые преимущества в осуществлении хозяйственной деятельности, которые связаны с их большей мобильностью, а, соответственно, и с более быстрой реакцией на изменение конъюнктуры рынка. Также конкуренты, в отличие от потребительской кооперации, не «привязаны» к ассортименту товаров обязательными перечнями, в результате чего они имеют возможность торговать более доходными и востребованными на том или ином сегменте рынка товарами.

Отмеченные выше организации постоянно ужесточают конкурентную борьбу за покупа-

телей как между собой, так и с Речицким райпо, открывая новые торговые объекты, предлагая дополнительные услуги, расширяя ассортимент товаров для удовлетворения запросов самых взыскательных покупателей, повышая качество их обслуживания и пр. Все это в значительной степени определяет долю рынка райпо в зоне обслуживаемого населения (таблица 3).

Таблица 3 – Удельный вес розничного товарооборота Речицкого райпо в розничном товарообороте торговли Республики Беларусь за 2014–2015 гг.

Показатель	Розничный товарооборот		Отклонение (+; -)
	2014 г.	2015 г.	
Товарооборот:			
Республики Беларусь, млрд р.	318 100,0	347 256,1	29 156,1
потребительской кооперации, млрд р.	23 122,7	23 852,7	730,0
Гомельской области, млрд р.	38 797,0	41 331,3	2 534,3
Речицкого района, млрд р.	2 801,3	2 706,3	-95,0
Речицкого райпо, млрд р.	222,7	227,6	4,9
Доля рынка Речицкого райпо в товарообороте Республики Беларусь, %	0,070	0,066	-0,004
Доля рынка Речицкого райпо в потребительской кооперации, %	0,96	0,95	-0,01
Доля рынка Речицкого райпо в Гомельской области, %	0,57	0,55	-0,02
Доля рынка Речицкого райпо в Речицком районе, %	7,95	8,41	0,46

В целом, как свидетельствуют данные таблицы 3, в 2015 г. райпо занимает невысокое положение на рынке за анализируемый период, это обуславливает необходимость комплексной оценки его конкурентоспособности по системе определенных критериев.

Для оценки конкурентоспособности розничной торговли Речицкого райпо специалистами организации были определены 9 критериев, которые оказывают влияние на выбор того или иного объекта розничной торговли:

- 1) местоположение;
- 2) качество продукции;
- 3) ассортимент;
- 4) размер торговой площади;
- 5) уровень обслуживания;
- 6) степень охвата территории;
- 7) уровень цен;
- 8) количество магазинов;
- 9) проводимые акции.

Данные критерии в исследовании использованы для ранговой оценки конкурентоспособности Речицкого райпо по сравнению с РУП «Беларуснефть», КТУП «Торгсервис», ОАО «Приднепровье», ООО «Евроторг», индивидуальными предпринимателями.

Месторасположение магазинов торговой сети является очень важным критерием для повышения ежедневного количества покупок. Покупатели каждый день идя с работы из-за усталости после рабочего дня заходят чаще всего в тот магазин, который будет на их пути, вне зависимости от уровня сервиса, представленного ассортимента. На их выбор может повлиять только качество продукции, если в одном магазине оно будет на низком уровне, то даже выгодное месторасположение не повысит его посещаемость. Также этот критерий оценки незначителен при присутствии нескольких магазинов разных торговых сетей на небольшом участке, что делает их одинаково удобными для потребителей.

Однако при совершении еженедельных и ежемесячных покупок потребители ориентируются уже не на месторасположение магазина, а на уровень цен в нем, ассортимент, сервис и пр. Особенно это касается тех покупателей, у которых есть машины. Эти покупатели наиболее важны для магазинов, так как они совершают достаточно большие по объему покупки.

Качество продукции, представленной в торговых объектах, является основополагающим критерием оценки конкурентоспособности организации. Этот показатель преобладает над остальными, так как в магазин, продукция в котором более высокого качества покупатели будут возвращаться и совершать покупки в больших объемах и чаще.

Также к качеству продукции можно отнести выставленную для продажи в торговом зале продукцию с просроченным сроком годности. Если покупатель приобретет такой товар, то в следующий раз он уже наверняка не захочет посещать данный магазин, а отдаст предпочтение другому торговому объекту, даже если он находится дальше или по другим критериям хуже.

Представленный ассортимент является важным показателем, особенно с увеличением количества людей со средним и высоким уровнем дохода. Более полное представление ассортимента в какой-либо торговой сети может являться привлекательным фактором для покупателей, в то же время из-за различных вкусов покупатель может выбирать магазин даже не по широте ассортимента, а потому, что именно в данной торговой сети есть какой-либо продукт его любимой марки, а в других сетях его нет. Этот случай можно предусмотреть, только представив в торговой сети магазинов на продажу весь ассортимент производимой продукции всех предприятий Беларуси и других стран. Однако издержки по закупке такого количества товара от многих поставщиков не оправдываются объемом покупок этой категории покупателей. Ассортимент в значительной степени влияет на выбор магазина, так как часто покупатели совершают покупки на значительные суммы в магазинах с широким ассортиментом, покупая продукты сразу на некоторый период.

Следующий показатель оценки конкурентоспособности – торговые площади магазинов. Большая торговая площадь является более удобной как для совершения покупок, так и для представления товара покупателю. Однако этот показатель не является достаточно важным по сравнению с остальными.

Что касается уровня обслуживания, то он включает в себя вежливость продавцов, наличие дополнительных услуг, таких как упаковка продукции в бесплатные пакеты, присутствие в торговых залах консультантов. Все это в значительной степени влияет на выбор покупателем магазина, так как при низком уровне сервиса покупатели могут отказаться от совершения покупок в магазинах даже при условии других высоких критериев. Высокий уровень сервиса побуждает возвращаться в магазин и советовать его знакомым.

Уровень цен в торговой сети, гибкая система скидок важны для потребителей, совершающих большие закупки, а также для большинства потребителей при закупке большого количества товара раз в неделю или раз в месяц. Этот показатель характеризуется средней важностью для потребителей, так как зачастую покупатели склонны выбирать магазины по другим критериям, таким как месторасположение, ассортимент и качество продукции.

Степень охвата территории торговой сетью и количество магазинов важны по сути самой торговой сети из-за возможности получения более высокого дохода. Для потребителей это важно только в случае переезда, временной смены места жительства, а также вынужденного совершения большого количества покупок в другом районе, что происходит крайне редко. Если покупатели обнаруживают, что в необходимом им районе города нет магазина той торговой сети, приверженцами которой они являются, то им приходится выбирать между предложенными магазинами. Для магазинов данный показатель важен, однако с точки зрения покупателей он мало влияет на выбор конкретного магазина для совершения покупки.

Проводимые акции, дисконтные карты и прочие проводимые розничной сетью PR-мероприятия стимулируют потребителей приобретать продукты в магазинах данной торговой сети. Что касается единовременных акций, то здесь важность критерия незначительна, дисконтные же карты и постоянные акции являются важными для повышения конкурентоспособности организации.

В таблице 4 приведено ранжирование рассмотренных критериев оценки конкурентоспособности торговли по степени важности. Данное ранжирование производится путем установления и присвоения каждому из критериев оценки его уровня важности с точки зрения специалистов.

Таблица 4 – Уровень важности оказывающих наибольшее влияние на выбор потребителей критериев оценки конкурентоспособности торговых организаций на 2014 г.

Наименование критерия	Уровень важности критерия
1. Месторасположение	7
2. Качество продукции	9
3. Ассортимент	6
4. Торговая площадь	4
5. Уровень обслуживания	9
6. Степень охвата территории	3
7. Уровень цен	8
8. Количество магазинов	3
9. Проводимые акции	5

Основными конкурентами Речицкого райпо являются РУП «Беларусьнефть», КТУП «Торгсервис», ОАО «Приднепровье», ООО «Евроторг», индивидуальные предприниматели.

Взяв за основу указанные критерии и уровень их важности, дадим характеристику каждому конкуренту Речицкого райпо и определим ранг, характеризующий конкурентоспособность розничной торговли районного потребительского общества.

По *критерию месторасположения* были поставлены следующие баллы:

- РУП «Беларусьнефть» – 6 баллов (торговые объекты расположены на заправках);
- КТУП «Торгсервис» – 7 баллов (торговые объекты расположены во всех крупных районах Речицы);
- ОАО «Приднепровье» – 3 балла (ближе к центру города);
- ООО «Евроторг» – 6 баллов (в Речице и по всему Речицкому району находится только один гипермаркет, и его месторасположение очень неудобно – на окраине города; также в Речице есть два дискаунтера данной торговой сети);
- торговые точки индивидуальных предпринимателей (ИП) – 7 баллов (расположены в спальных районах, на рынке и в центре города);
- райпо – 8 баллов (торговые объекты расположены во всех крупных районах Речицы и населенных пунктах Речицкого района).

Баллы, поставленные организациям, по *качеству продукции*:

- РУП «Беларусьнефть» – 9 баллов (качество высокое, продукция с просроченным сроком годности на прилавок не попадает);
- КТУП «Торгсервис» – 8 баллов;
- ОАО «Приднепровье», торговые точки индивидуальных предпринимателей (ИП), райпо – по 7 баллов (качество высокое, контроль за запасами практически исключает попадание на прилавок продукции с просроченным сроком годности, однако бывают случаи);
- ООО «Евроторг» – 6 баллов (встречаются случаи некачественных товаров).

Баллы, поставленные организациям, по *критерию ассортимента*:

- РУП «Беларусьнефть», торговые точки индивидуальных предпринимателей (ИП) – по 4 балла (ассортимент узкий);
- КТУП «Торгсервис», ОАО «Приднепровье» – по 8 баллов;
- ООО «Евроторг» – 9 баллов (широкий ассортимент);
- райпо – 7 баллов (не достаточно широкий ассортимент).

Баллы, поставленные организациям, по *критерию торговой площади*:

- РУП «Беларусьнефть», КТУП «Торгсервис», райпо – 7 баллов (магазины средней площади, при этом площадь зависит от месторасположения магазина);
- ОАО «Приднепровье» – 8 баллов;
- ООО «Евроторг» – 9 баллов;
- торговые точки индивидуальных предпринимателей (ИП) – 4 балла (розничная торговая сеть представлена в основном ларьками и передвижными торговыми объектами).

Баллы, поставленные организациям, по *уровню обслуживания в магазинах*:

- РУП «Беларусьнефть», КТУП «Торгсервис», ОАО «Приднепровье», ООО «Евроторг» – 9 баллов (преимущественно магазины самообслуживания, в которых можно получить консультации, уровень сервиса высокий);
- торговые точки индивидуальных предпринимателей (ИП) – 8 баллов (обслуживанием занимается владелец точки или показатели продаж влияют на заработную плату продавцов, уровень обслуживания достаточно высокий);
- райпо – 7 баллов (магазины как самообслуживания, так и традиционного метода обслуживания, уровень сервиса средний, есть дополнительные услуги).

Баллы, поставленные организациям, по *степени охвата территории района*:

- РУП «Беларусьнефть» – 5 баллов (преимущественно только в районе заправок);
- КТУП «Торгсервис», ОАО «Приднепровье», ООО «Евроторг» – 4 балла (преимущественно в районном центре и городах);
- торговые точки индивидуальных предпринимателей (ИП) – 6 баллов (охват районного центра и наиболее оживленных населенных пунктов);
- райпо – 9 баллов (все поселения, включая малые населенные пункты, в которых обеспечена передвижная торговля).

Баллы, поставленные организациям, по *критерию уровня цен*:

- РУП «Беларусьнефть», КТУП «Торгсервис», ОАО «Приднепровье» – по 8 баллов (хорошо налаженные связи с поставщиками обеспечивают выгодные условия и скидки на большой объем закупаемой продукции);

- ООО «Евроторг» – 9 баллов (низкий уровень цен);

- торговые точки индивидуальных предпринимателей (ИП) – 6 баллов (незначительные уровни закупок не дают у поставщиков оптовых скидок, а также выгодных условий договоров);

- райпо – 7 баллов (налаженные связи с государственными организациями обеспечивают выгодные условия поставок на некоторые товары, а также выгодные цены).

Баллы, поставленные организациям, по критерию количества магазинов:

- РУП «Беларусьнефть» – 8 баллов;

- КТУП «Торгсервис» – 4 балла (ближе к центру города);

- ОАО «Приднепровье» – 5 баллов;

- ООО «Евроторг» – 3 балла (в Речице и по всему Речицкому району находится только один торговый объект);

- торговые точки индивидуальных предпринимателей (ИП) – 6 баллов;

- райпо – 9 баллов.

Баллы, поставленные организациям, по критерию проводимых акций:

- РУП «Беларусьнефть» – 4 балла (редко применяются скидки);

- КТУП «Торгсервис», ОАО «Приднепровье», райпо – 7 баллов (скидки на товары с заканчивающимся сроком годности, а также скидки совместно с производителями или по акциям, проводимым производителем);

- ООО «Евроторг» – 9 баллов (много разных акций);

- торговые точки индивидуальных предпринимателей (ИП) – 5 баллов (обычно скидки только на продукцию, производимую самими предпринимателями).

Обобщение вышеизложенных аргументов представлено в таблице 5.

Таблица 5 – Оценки конкурентоспособности торговых организаций-конкурентов Речицкого района в 2015 г., баллов

Наименование организации	Номер критерия (таблица 4)								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
РУП «Беларусьнефть»	6	9	4	7	9	5	8	8	4
КТУП «Торгсервис»	7	8	8	7	9	4	8	4	7
ОАО «Приднепровье»	3	7	8	8	9	4	8	5	7
ООО «Евроторг»	6	6	9	9	9	4	9	3	9
Индивидуальные предприниматели	7	7	4	4	8	6	6	6	5
Речицкое райпо	8	7	7	7	7	9	7	9	7

Таким образом, Речицкое райпо выигрывает перед своими конкурентами по таким критериям, как месторасположение, степень охвата и количество магазинов.

Подсчитаем для каждой торговой организации итоговый балл рейтинговой оценки ее конкурентоспособности по следующей формуле [3, с. 46]:

$$\dot{E}A = \sum (x_{ij} + n_j),$$

где x_{ij} – уровень важности критерия оценки, назначенный i -м экспертом для j -го показателя;

n_j – результирующий ранг (уровень важности критерия оценки конкурентоспособности конкретной торговой организации) для j -го показателя.

Расчет итоговых баллов:

- РУП «Беларусьнефть»:

$$6 \times 7 + 9 \times 9 + 4 \times 6 + 7 \times 4 + 9 \times 9 + 5 \times 3 + 8 \times 8 + 8 \times 3 + 4 \times 5 = 379;$$

- КТУП «Торгсервис»:

$$7 \times 7 + 8 \times 9 + 8 \times 6 + 7 \times 4 + 9 \times 9 + 4 \times 3 + 8 \times 8 + 4 \times 3 + 7 \times 5 = 395;$$

- ОАО «Приднепровье»:

$$3 \times 7 + 7 \times 9 + 8 \times 6 + 8 \times 4 + 9 \times 9 + 4 \times 3 + 8 \times 8 + 5 \times 3 + 7 \times 5 = 395;$$

- ООО «Евроторг»:

$$6 \times 7 + 6 \times 9 + 9 \times 6 + 9 \times 4 + 9 \times 9 + 4 \times 3 + 9 \times 8 + 3 \times 3 + 9 \times 5 = 387;$$

- индивидуальные предприниматели:

$$7 \times 7 + 7 \times 9 + 4 \times 6 + 4 \times 4 + 8 \times 9 + 6 \times 3 + 6 \times 8 + 6 \times 3 + 5 \times 5 = 333;$$

- Речицкое райпо:

$$8 \times 7 + 7 \times 9 + 7 \times 6 + 7 \times 4 + 7 \times 9 + 9 \times 3 + 7 \times 8 + 9 \times 3 + 7 \times 5 = 397.$$

На основании рассчитанных итоговых баллов рейтинговой оценки конкурентоспособности указанных торговых организаций в таблице 6 определим ранг уровня их конкурентоспособности в 2015 г.

Таблица 6 – Ранг уровня конкурентоспособности торговых организаций-конкурентов Речицкого райпо в 2015 г.

Организация-конкурент	Итоговый балл рейтинговой оценки	Ранг
РУП «Беларусьнефть»	379	5
КТУП «Торгсервис»	395	2
ОАО «Приднепровье»	395	3
ООО «Евроторг»	387	4
Индивидуальные предприниматели	333	6
Речицкое райпо	397	1

Как свидетельствуют данные таблицы 6, Речицкое райпо занимает 1-ю позицию среди организаций, осуществляющих розничную торговлю в Речицком районе. Данное положение хоть и оптимистично, но следует оценить как уязвимое, потому что организации-конкуренты за счет привлеченных средств покупателей постепенно расширяют зону своего влияния, что вытесняет Речицкое райпо и ухудшает его позиции на рынке. В связи с этим очевидна необходимость постоянного исследования конкурентной среды организации с целью поиска путей и резервов улучшения ее конкурентоспособности.

Результаты настоящего исследования показали, что конкурентоспособность и имидж организаций торговли в значительной степени обусловлены их способностью качественно удовлетворять разнообразные потребности покупателей, наличием преимуществ по сравнению с конкурентами и возможностью выстоять в конкурентной борьбе, сохраняя преимущества в течение длительного периода времени.

Исходя из вышеизложенного и на основании проведенного исследования в представленной статье разработаны следующие пути повышения конкурентоспособности розничной торговли Речицкого райпо:

- перевод на круглосуточный режим работы магазина в районном центре, поскольку, как показала практика, закрытие всех круглосуточных магазинов вызвало существенные неудобства для потребителей;
- изучение покупательских потоков с целью установления наиболее оптимального режима работы магазинов, а также перевода на продленный режим работы магазина в наиболее крупных населенных пунктах, что позволит получить дополнительный товарооборот;
- совершенствование технологии торговых процессов, дооснащение магазинов холодильным оборудованием с учетом необходимости создания условий для торговли широким ассортиментом скоропортящихся товаров;
- увеличение объемов реализации непродовольственных товаров в сельской местности путем организации передвижных выставок-продаж промышленных товаров с использованием специальных автофургонов, оснащенных оборудованием для демонстрации, выкладки и продажи отдельных групп товаров (изделий легкой промышленности, товаров культурно-бытового и хозяйственного назначения и др.), также крупногабаритных товаров при помощи предварительных заявок;
- расширение торговли по заказам населения в сельской местности с бесплатной доставкой товаров на дом одиноко проживающим, престарелым гражданам путем наличных и безна-

личных расчетов самих граждан или их родственников, проведение подворных обходов жителей села с целью выявления необходимых для завоза товаров;

- расширение спектра платных, в том числе бытовых, услуг, оказываемых населению в сельской местности, а также развитие сопутствующих торговых услуг путем организации доставки товаров на дом престарелым и другим категориями населения по предварительным заказам и оказание им других услуг.

Необходимо проводить акции во всех торговых объектах райпо, а также использовать «красную цену» для привлечения потребителей. В частности, новых покупателей можно привлечь более совершенной, чем у других организаций, выкладкой товаров, хорошей репутацией и специализацией, дополнительными торговыми услугами, легкостью приобретения товаров (отсутствие очередей, широкий выбор товаров и т. п.), предложением покупателям товаров с учетом их покупательских привычек.

В связи с этим торговая организация должна предлагать товары высокого качества и необходимого ассортимента в соответствии с запросами покупателей. Лишь при наличии платежеспособного спроса на предлагаемые товары торговля будет прибыльной, а организация – конкурентоспособной.

Список использованной литературы

1. Головачев, А. С. Экономика предприятия : учеб. пособие / А. С. Головачев. – Минск : Выш. шк., 2008. – 464 с.
2. Гедранович, О. Б. Методологические и методические аспекты оценки конкурентоспособности организации / О. Б. Гедранович // Экономика и управление. – 2011. – № 3. – С. 51–57.
3. Герасенко, В. П. Прогностические методы управления рыночной экономикой : учеб. пособие / В. П. Герасенко. – Гомель : Альтаир, 2008. – 326 с.

УДК 338

Д. Н. Машокиров (jahongir.mashokirov@gmail.com),
ст. преподаватель

Таджикский государственный
университет коммерции
г. Душанбе, Республика Таджикистан

Ф. А. Гарсиа (falmeida@uma.es),
профессор

Малагский университет
г. Малага, Испания

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА В ЕВРОПЕ

Раскрывается значимость социального туризма в Европе, имеющего целью сделать путешествия доступными для большинства населения, особенно для молодежи, пенсионеров, инвалидов и малообеспеченных граждан. Показана трансграничность социального туризма, система социального туризма, его законодательная обеспеченность. Рассматриваются экономические аспекты социального туризма.

The article reveals the significance of social tourism in Europe aimed at making travel accessible for the majority of population, especially for young people, retired people, disabled people, and citizens with low incomes. The author considers cross-border character of social tourism, its system, and legislative provision. The article dwells upon economic aspects of social tourism.

Ключевые слова: социальный туризм; Европа; категории туристов; корпоративная и социальная поддержка; экономика социального туризма.

Key words: social tourism; Europe; tourist categories; corporative and social support; economy of social tourism.

Социальным туризмом принято называть любой вид туризма, который оплачивается из средств, направленных на социальные нужды. Социально экономический туризм призван для создания малообеспеченной части населения (молодежи и школьникам, инвалидам и пенсионерам) достойных условий для отдыха и путешествий. Субсидии на данный вид туризма могут выделяться не только государством, но и различными фондами (государственными и негосу-

дарственными), а также разными благотворительными организациями. В европейских странах государство регулирует социальный сектор туризма непосредственно через министерство по туризму или национальные туристские организации (НТО), а также косвенно с помощью правовых рычагов, поддержки своей инфраструктуры и международной политики. Государство влияет на туризм двумя путями: управляя спросом и доходами или управляя предложением и ценами. Для управления спросом государство использует следующие инструменты: маркетинг и продвижение, ценообразование и ограничение доступа.

Мероприятия по продвижению социального туризма являются составной частью маркетинга, осуществляемого государством, и преследуют цель пробуждения спроса у потенциальных клиентов. Согласно рекомендациям Всемирной торговой организации эти мероприятия должны быть направлены на создание качественного имиджа страны, основанного на ее привлекательных символических характеристиках. Существуют разные способы создания качественного имиджа страны – это встречи специалистов с журналистами, приглашенными в страну, командировки отечественных специалистов за рубеж, выступления по телевидению и радио, бесплатное распространение брошюр, слайдов и видеоматериалов, а также участие в различных выставках-ярмарках, для чего приобретается стенд. Поскольку число организаций, включенных в мероприятия по продвижению туризма, велико, важную роль играет координация действий, которой обычно занимаются представительства государственных организаций за рубежом.

Средства, выделяемые из бюджета на проведение мероприятий по продвижению туристского имиджа страны, могут превышать половину бюджета государственных организаций, причем большая часть бюджета идет на финансирование публичных рилейшнз (от одной трети до двух третей). Эффективность мероприятий по продвижению может увеличиться с помощью международных соглашений по кооперации между министерствами по туризму или организациями, ответственными за туризм. Цель этих действий – обмен или объединение усилий по продвижению (распространение плакатов, аудио- и визуальных материалов, совместное использование представительских офисов и т. д.) [1, с. 183]. Существуют разные средства, с помощью которых государство может регулировать цены на туристскую продукцию, тем самым развивая социальный туризм.

Во-первых, многие достопримечательности в стране находятся в сфере влияния государственного сектора, большинство авиакомпаний контролируется государством, а во многих развивающихся странах даже гостиницы принадлежат государству. Как правило, социальная инфраструктура и транспортные сети считаются естественными монополиями, и если они не принадлежат государству, то должны им контролироваться. Косвенно государство может повлиять на цену с помощью экономических рычагов (например, используя валютный контроль, который может привести к ограничению обмена валюты, в результате чего туристы будут вынуждены менять валюту по завышенной цене и тем самым увеличивать реальную цену путешествия); с помощью налогов от продаж, открытия магазинов в таможенных зонах и т. д.

Государство, помимо вышеуказанных рычагов, может повлиять на спрос с помощью лицензирования или градации по качеству обслуживания. Эта мера особенно часто применяется в гостиничном бизнесе, когда количество предлагаемых номеров превосходит спрос и с помощью регулирования цен правительство не может устранить этот дисбаланс. Регулирование цен является очень непопулярной в рыночной экономике мерой, на которую правительства некоторых стран все-таки идут, чтобы сдерживать отечественные компании от соблазна получения сиюминутной выгоды в ущерб долгосрочным интересам туристского бизнеса страны. Кроме того, правительство, контролируя цены, может защитить интересы туристов, оградить их от сверхрасходов и таким образом поддержать репутацию страны.

Чтобы регулировать спрос, некоторые государства принимают меры для ограничения въезда туристов, например, уменьшают количество виз, выдаваемых в стране, откуда прибывают туристы, сокращают строительство гостиниц вблизи природных достопримечательностей или закрывают последние от посещений с целью экологической защиты и т. д. В отличие от управления спросом, нацеленным на выбор туристов и регулирование цен, государственное регулирование предложения связано с воздействием на продавцов туристских услуг. Для управления предложением государство использует следующие методы: исследование рынка и планирование, регулирование рынка, планирование, контроль за использованием земли, жилищное регулирование, налоги, инвестиции. Государство проводит исследование рынка с помощью сбора статистического материала и мониторинга изменений, происходящих в туризме, с целью определения выгоды и издержек туризма [2, с. 93].

Экономическим критерием, характеризующим оптимальную работу рынка, является осведомленность клиентов об альтернативах, предлагаемых им. Правительство следит за тем, чтобы клиенты имели возможность выбора, были информированы, застрахованы от разного рода мошенничества со стороны продавцов услуг. Государство может регулировать рынок, возлагая на продавцов обязательства по отношению к потребителям не в виде юридических норм, а в виде правил, имеющих характер условий для членства в разных туристских организациях. Для обеспечения конкурентной борьбы и защиты рынка от монополизации государство осуществляет правовое регулирование рынка. Во многих странах действуют правила развития городов и районов, в соответствии с которыми изменяются и совершенствуются методы использования земли. Как правило, государственный контроль направлен на защиту ландшафтов и уникальных уголков природы. Государство также предотвращает спекуляцию землей, публикуя планы местности, с помощью жестких требований к земельным участкам, предоставляемым для развития туризма. Контроль за использованием земли сопровождается регулированием строительства и заключается в архитектурном надзоре. Во многих странах приняты законы, защищающие историко-архитектурные памятники. Одним из ключевых методов воздействия государства на туризм является налогообложение туристов с тем, чтобы перераспределить издержки от туризма, которые приходятся на местное население, обеспечивающее комфортные условия и достойное обслуживание гостей, а также, чтобы увеличить доходную часть бюджета. Это налоги, взимаемые с туристов в гостиницах при размещении, в аэропортах при покупке билетов, в казино, где государство может забрать около половины выручки, и т. д. Однако введение налогов не всегда может быть благоприятным для государства, потому что сбор налогов, в свою очередь, может снизить спрос на туристские услуги, а следовательно, и доходы. Например, налог на проживание заставляет владельцев гостиниц поднимать цены на обслуживание, что может привести к снижению спроса на гостиничные услуги и тем самым снизить доходы тех же гостиниц [3, с. 142].

Инвестиции в туристский сектор могут поступать либо от частного и государственного секторов экономики, либо от международных организаций. Фактический размер финансовой помощи, оказываемой туризму со стороны государства, определяется важностью туристского сектора в экономике страны и специфическим отличием этого сектора от других. Государственные дотации проявляются в разных формах, от мероприятий по продвижению положительного имиджа страны до предоставления налоговых льгот на туристскую деятельность. Среди основных видов государственных инвестиций можно выделить снижение цены инвестиций в туристские проекты, которая включает выгодные займы по выгодным процентным ставкам (правительство возмещает разницу между фиксированной процентной ставкой и рыночной), продажу или аренду земли или инфраструктуры по цене ниже рыночной, налоговые льготы, защиту от двойного налогообложения с помощью заключения соглашений с другими странами, снижение пошлин, прямые субсидии или предоставление гарантий на инвестиции с целью привлечения зарубежных инвесторов и др. Для этого правительство либо гарантирует предоставление займа, либо гарантирует репатриацию капитала и прибыли. Справедливости ради надо сказать, что инвестирование туризма – очень рискованное мероприятие, так как этот вид деятельности очень чувствителен к экономическим, политическим, климатическим и другим изменениям, которые могут резко сократить поток туристов и тем самым существенно повлиять на поступления от туризма. Поэтому государство должно предпринимать больше усилий для привлечения инвестиций в туристский сектор, чем в другие секторы экономики. Правительство должно следить за тем, чтобы вышеназванные виды поощрений были использованы по назначению и проекты соответствовали целям, на которые были выделены деньги. Международные инвестиции в туристский сектор обеспечиваются как со стороны международных организаций, так и со стороны частного сектора. Основным зарубежным заемщиком является Мировой банк (Международный банк реконструкции и развития – МБРР). Его деятельность направлена на обеспечение нормального жизненного уровня в развивающихся странах с помощью долгосрочного финансирования развития инфраструктуры этих стран. Итак, в европейских странах государство регулирует социальный сектор туризма непосредственно через министерство по туризму или национальные туристские организации (НТО), а также косвенно с помощью правовых рычагов, поддержки своей инфраструктуры и международной политики. Государство влияет на туризм двумя путями: управляя спросом и доходами или управляя предложением и ценами.

Список использованной литературы

1. **Пивоварова, М.** Стратегии привлечения клиентов в индустрии гостеприимства / М. Пивоварова // Маркетинг. – 2000. – № 2 (51).
2. **Организационно-правовые** основы туристского и гостиничного бизнеса : нормативно-правовые документы / под ред. В. Н. Акишина и др. – М. : Фистатинформ, 1998.
3. **Формирование** эффективной политики продаж гостиничных услуг, или как выиграть битву за клиента // Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 1999. – № 10.

УДК 342.25

Д. Г. Нилов (dima-nilov@rambler.ru),
ст. преподаватель

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАВА ГРАЖДАН НА ОБРАЩЕНИЕ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ И ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

В статье рассматриваются вопросы, связанные с проблемами определения правовой природы и дефиниций таких видов обращений, как замечание и отзыв. Замечания являются основным видом обращений, вносимых гражданами в книгу замечаний и предложений. Вместе с тем, правовая природа этого вида обращений не подвергалась должному научному анализу. Такой вид обращений, как отзывы (за исключением благодарностей), вообще не получили легального закрепления, несмотря на то что встречается в деятельности юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

The article deals with issues related to the problems of determining the legal nature and the definitions of these types of applications as comments and feedback. Notes are the main type of calls to be made by citizens in a book of comments and suggestions. However, the legal nature of this type of treatment is not subjected to proper scientific analysis. This kind of applications as reviewed (except thanks) received no legal binding, despite the fact that occurs in the activities of legal entities and individual entrepreneurs.

Ключевые слова: обращения граждан; книга замечаний и предложений; замечание; отзыв.

Key words: treatment of citizens; the book of comments and suggestions; comments; feedback.

В настоящее время основу правового регулирования деятельности по рассмотрению и разрешению обращений граждан и юридических лиц в Республике Беларусь составляет Закон Республики Беларусь от 18 июля 2011 г. № 300-З (в ред. Закона Республики Беларусь от 15 июля 2015 г.) «Об обращениях граждан и юридических лиц» (далее – закон об обращениях). Согласно пункту 1 ст. 3 закона об обращениях граждане Республики Беларусь имеют право на обращение в организации путем подачи письменных, электронных или устных обращений, а также к индивидуальным предпринимателям путем внесения замечаний и (или) предложений в книгу замечаний и предложений. Следовательно, важнейшим каналом подачи обращений в организации и к индивидуальным предпринимателям для граждан является книга замечаний и предложений. Отзывы, как вид обращения, не получили должного легального закрепления, а, следовательно, и не подвергались серьезному научному исследованию. В связи с этим актуальной представляется проблема исследования правовой природы таких видов обращений, как замечания и отзывы.

Такой вид обращения, как замечание, был известен еще в советский период. В законодательство Республики Беларусь замечание как вид обращения было введено Декретом Президента Республики Беларусь от 14 января 2005 г. № 2 «О совершенствовании работы с населением», закреплявшим обязанность ведения в организациях, у индивидуальных предпринимателей книги замечаний и предложений.

В Комплексном словаре русского языка под редакцией А. Н. Тихонова замечание трактуется как: «1. Краткое высказывание, суждение (критическое замечание). 2. Указание на недостатки (ошибки)» [1, с. 286]. Толковый словарь современного русского языка Д. Н. Ушакова дает следующее определение термина «замечание»: «1. Краткое суждение, высказанное устно или письменно по поводу чего-нибудь увиденного, услышанного, прочитанного (критическое замечание). 2. Выговор, наставление» [2, с. 245].

Итак, в русском языке под замечанием понимается краткое устное или письменное суждение по поводу чего-нибудь с целью указать (обратить внимание) на недостатки, ошибки и, в связи с этим, сделать выговор, наставление.

В соответствии со ст. 1 закона об обращениях замечание представляет собой заявление и жалобу. Сторонники такого собирательного подхода к определению замечания ссылаются на сложившуюся практику. Однако эта позиция представляется некорректной.

Во-первых, еще одним распространенным видом обращений, излагаемых на практике в книге замечаний и предложений, являются благодарности. Следуя логике сторонников указанного подхода, замечание должно включать в себя и благодарности.

Во-вторых, подобная позиция не только не позволяет раскрыть сущность замечания, но и создает необходимость изменения названия книги замечаний и предложений на «книга обращений», так как в нее, исходя из такого подхода, могут вноситься все известные виды обращений.

В-третьих, согласно ст. 11 закона об обращениях подача заявлений сроком не ограничена. Жалобы же могут быть поданы заявителями в течение трех лет со дня, когда они узнали или должны были узнать о нарушении их прав, свобод и (или) законных интересов. В связи с этим возникает вопрос, о том как в этом случае поступать с замечаниями, которые одновременно являются и заявлением, и жалобой.

В литературных источниках высказывалось мнение, что замечания являются составной частью таких видов обращений, как предложения и жалобы. В связи с этим следует определить место замечания среди других видов обращений (предложений, жалоб и заявлений).

По справедливому утверждению В. В. Малькова, целью замечания является фиксирование недостатков без конкретных указаний путей и средств их устранения. Цель же предложения – не просто зафиксировать недостатки, а дать рекомендации, направленные на улучшение и совершенствование работы [3, с. 10]. Отметим, что в ст. 3 Закона Украины от 2 августа 1996 г. № 393/96-ВР «Про звернення громадян» термин «замечание» рассматривается как синоним термина «предложение». Как справедливо полагает В. П. Тарануха, эти термины следует разграничивать. Замечание он определяет как указание на ошибку в поведении должностного лица, а также мнение по поводу несовершенства правового регулирования общественных отношений или организационной деятельности [4, с. 14–15]. Однако это определение не полно отражает содержание замечания. Анализ ст. 24 закона об обращениях позволяет сделать вывод о том, что замечание – это не просто «указание на ошибку» или «мнение о несовершенстве», но и требование об их устранении.

О необходимости разграничения замечания и жалобы свидетельствует анализ Декларации «О праве и обязанности отдельных лиц, групп и органов общества поощрять и защищать общепризнанные права человека и основные свободы», утвержденной резолюцией 53/144 Генеральной Ассамблеей ООН от 9 декабря 1998 г., который показывает, что право подавать замечания закреплено в ст. 8, а право на подачу жалоб – в ст. 9 указанной декларации. Кроме того, эти виды обращений различны по своему содержанию и цели. Так, если в жалобе содержится требование о восстановлении нарушенных прав, свобод и (или) законных интересов заявителя, то в замечании – сообщение об имеющихся в деятельности организаций, индивидуальных предпринимателей недостатках (касающихся деятельности организации, индивидуального предпринимателя, качестве производимых (реализуемых) ими товаров, выполняемых работ, оказываемых услуг), напрямую не затрагивающих права, свободы и (или) законные интересы заявителя. Кроме того, цель жалобы – защита и восстановление нарушенных прав, свобод и (или) законных интересов заявителя. Цель замечания – указать организации, индивидуальному предпринимателю на имеющиеся в их деятельности недостатки для их последующего устранения.

В отличие от заявления, в котором содержится просьба о содействии в реализации прав, свобод и (или) законных интересов заявителей, содержанием замечания является сообщение о конкретных недостатках, в том числе и фактах нарушения законодательства. Вместе с тем, заявление согласно ст. 1 закона об обращениях может содержать сообщение о нарушении актов законодательства, недостатках в работе организаций, индивидуальных предпринимателей. Но такого рода заявления являются замечаниями. О некорректности широкого определения заявления было указано ранее.

О самостоятельности замечания как вида обращения свидетельствует также анализ правоприменительной практики и законодательства Республики Беларусь. Так, на практике замечания излагаются не только в книге замечаний и предложений, но и иным способом (например,

в средствах массовой информации, при выступлении информационно-пропагандистских групп и т. п.). Возможность подачи письменных замечаний помимо книги замечаний и предложений закреплена и в законодательстве (например, в положении «О порядке проведения общественных обсуждений в области архитектурной, градостроительной и строительной деятельности», утвержденном постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 1 июня 2011 г. № 687).

Следовательно, по своей правовой природе замечание представляет собой юридический акт – критическое сообщение, содержащее требование к организации, индивидуальному предпринимателю об устранении имеющихся в их деятельности недостатков, которые непосредственно не затрагивают права, свободы и (или) законные интересы заявителя.

Изложенное свидетельствует о том, что замечание следует признать самостоятельным видом обращения и закрепить его правовой статус в законодательстве, так как по своему содержанию, цели и правовой природе оно отличается от иных видов обращений, закрепленных в ст. 1 закона об обращениях.

Таким образом, на основании проведенного анализа действующего законодательства, международно-правовых документов и научных разработок выработано следующее определение замечания: замечание – это критическое сообщение, сделанное с целью обратить внимание организации, индивидуального предпринимателя на имеющиеся в их деятельности недостатки (касающиеся, в том числе, качества производимых (реализуемых) ими товаров, выполняемых работ, оказываемых услуг), содержащее требование об их устранении, если эти недостатки непосредственно не ущемляют права, свободы и (или) законные интересы заявителя.

В научной литературе и законодательстве некоторых стран выделяется также такой вид обращений, как отзывы, которые определяются как обращения, выражающие отношение граждан к проводимой государством внутренней и внешней политике, а также к иным явлениям и событиям государственной и общественной значимости [5, с. 19].

На основании анализа зарубежного законодательства и научных трудов представляется возможным определить содержание, цель и правовую природу отзывов.

Содержание отзыва составляет мнение (позиция) заявителя по поводу событий государственной и общественной жизни, которое он желает выразить в рамках реализации предоставленных ему статьями 33 и 37 Конституции Республики Беларусь свободы мнений и права на участие в управлении государственными делами. Следовательно, отзывы могут быть адресованы только организациям, так как индивидуальные предприниматели в силу ст. 3 закона об обращениях обязаны рассматривать только замечания и предложения, изложенные в книге замечаний и предложений. Цель отзыва – уведомить организацию о позиции заявителя по тому или иному вопросу государственной и общественной жизни, входящему в круг ее компетенции. Следовательно, по своей правовой природе отзыв – это юридический акт, т. е. правомерное действие, направленное на доведение до сведения организации мнения заявителя по поводу значимых событий государственной и общественной жизни, в процессе реализации своей свободы мнений и права на участие в управлении государственными делами.

Такое понимание содержания, цели и правовой природы отзыва определяет его специфику по сравнению с иными видами обращений. Она заключается в том, что подача отзыва не порождает для сторон иных правовых последствий кроме учета этого мнения (в частности, не требуется проводить разбирательство, давать ответ и т. д.). Так как уже сама подача отзыва является формой реализации свободы мнений и права на участие в управлении делами государства.

Следует отметить, что законодатель косвенно закрепляет отзывы в пункте 3 ст. 14 закона об обращениях, в частности, такую их разновидность, как благодарности. Однако такой подход представляется узким. Он не создает должных гарантий реализации свободы мнений и права участия граждан в управлении делами государства и общества, так как в этом случае иные отзывы остаются вне поля правового регулирования. В связи с этим представляется необходимым дополнить пункт 3 ст. 14 закона об обращениях после слова «благодарности» словами «или иные отзывы».

Таким образом, проведенное исследование свидетельствует о том, что отзывы, будучи одной из форм непосредственной демократии, а также важным каналом обратной связи организаций с заявителями, являются самостоятельным видом обращений, правовой статус которых должен быть закреплён в законе. В качестве возможного предлагается следующая дефиниция этого института: отзыв – мнение заявителя, адресованное государственному органу, иной организации с целью принятия к сведению позиции автора по вопросам государственной и общественной жизни, относящимся к их компетенции.

Список использованной литературы

1. **Комплексный** словарь русского языка / А. Н. Тихонов [и др.] ; под ред. д-ра филол. наук А. Н. Тихонова. – М. : Рус. яз., 2001. – 1229 с.
2. **Ушаков, Д. Н.** Толковый словарь современного русского языка / Д. Н. Ушаков ; под ред. д-ра филол. наук Н. Ф. Татъянченко. – М. : Альма-Пресс, 2005. – 1216 с.
3. **Мальков, В. В.** Советское законодательство о жалобах и заявлениях / В. В. Мальков. – М. : Изд-во МГУ, 1967. – 108 с.
4. **Тарануха, В. П.** Звернення громадян як засіб забезпечення законності в діяльності місцевих органів виконавчої влади : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.07 [Електронний ресурс] / В. П. Тарануха ; Держ. податк. адмін. України, Нац. акад. держ. податк. служби України. – Ірпінь, 2003. – 20 с.
5. **Давыдова, Э.** Ведение делопроизводства по обращениям граждан (комментарий к постановлению Совета Министров Республики Беларусь от 26 мая 2005 г. № 544) / Э. Давыдова // Архіви і справоводства. – 2005. – № 5. – С. 18–30.

УДК 338.012

Е. Е. Нилова (lenanilova13@mail.ru),
младший научный сотрудник

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

В статье отражены подходы к сущности основных средств организации, приведена их классификация и рассмотрено их влияние на экономический потенциал организации.

The article describes approaches to the essence of the main assets of the organization, shows their classification and examined their impact on the economic potential of the organization.

Ключевые слова: основные средства; экономический потенциал; стоимость; износ; ресурсы.

Key words: fixed assets; economic potential; cost; depreciation; resources.

Одним из основных методологических вопросов определения экономического потенциала является выбор способа его количественного определения. Использование недостаточно обоснованной методики может привести к получению необъективных результатов, которые в свою очередь могут стать причиной принятия ошибочных управленческих решений. Объективная информация о потенциальных возможностях организации в достижении определенных целей необходима для построения прогнозов, составления планов и обоснования эффективных решений.

Понятие «экономический потенциал» связано с происхождением его от латинского слова *potentia*, прямой перевод которого – возможность, мощь, скрытая сила.

В самом общем понимании потенциал – это совокупность имеющихся средств, возможностей, которые могут быть мобилизованы, приведены в действие, использованы для достижения определенных целей.

Экономический потенциал организации представляет собой состав ее ресурсов – трудовых, материальных, финансовых и других, имеющихся в ее распоряжении для производства и реализации запланированных товаров, работ и услуг.

Как считает Л. С. Сосненко [1], «в основе оценки экономического потенциала лежит стоимостная оценка имущественного потенциала (актива и пассива). По его мнению, количественно имущественный потенциал в стоимостной оценке является экономическим потенциалом, а его качественной оценкой является степень устойчивости состояния организации. Такая точка зрения обосновывается тем, что в стоимостном выражении экономический потенциал характеризуется наличием отдельных видов ресурсов. Первостепенное значение из них имеют финансовые ресурсы, поскольку это единственный вид ресурсов организации, трансформируемый непосредственно и с минимальным временем в любой другой вид ресурсов.

Для оценки потенциала розничной торговой организации О. Г. Аниськова [2] предлагает использовать систему показателей по его элементам. К показателям оценки финансовых ресурсов относятся:

- текущая и абсолютная ликвидность;
- общая платежеспособность;
- реальная платежеспособность;
- коэффициент автономии;
- коэффициент соотношения собственных и заемных средств;
- коэффициент маневренности собственных средств;
- коэффициент обеспеченности собственными средствами.

В теории и практике зарубежного менеджмента разработана и используется технология управления экономическим потенциалом организации. По мнению зарубежных исследователей, экономический потенциал сформирован совокупностью ресурсов, в основном, финансовых. Поэтому в западной учетно-аналитической практике накоплен опыт использования методики экспресс-анализа финансовых ресурсов и их структуры, результатов хозяйствования, эффективности использования собственных и заемных средств и т. д.

Проблема анализа экономического потенциала организации является крайне актуальной, поскольку экономический потенциал общества характеризует лишь общее состояние, общие закономерности развития, не раскрывая при этом характер процессов, протекающих непосредственно в организациях. Для построения прогнозов и разработки стратегий развития, составления планов, принятия эффективных управленческих решений необходимо располагать объективной информацией о состоянии и тенденциях развития экономического потенциала организации.

Основные средства выступают одной из основополагающих составляющих экономического потенциала организации.

В Большом экономическом словаре под редакцией А. Н. Азрилияна приводится следующее толкование понятия «основные средства» как макроэкономической категории. Основные средства – это часть национального имущества, созданная общественным трудом, находящаяся в различных формах собственности, которая длительное время неоднократно или постоянно в неизменной натурально-вещественной форме используется в экономике, постепенно переносит свою стоимость на создаваемые продукты и услуги.

Основные средства – это материально-вещественные ценности (средства труда), которые многократно участвуют в производственном процессе, не изменяют своей натурально-вещественной формы и переносят свою стоимость на готовую продукцию по частям по мере износа. По функциональному назначению основные средства организации подразделяются на производственные и непроизводственные [3, с. 10].

Производственные средства прямо или косвенно связаны с производством продукции. *Непроизводственные средства* служат для удовлетворения культурно-бытовых потребностей работников.

По использованию основные средства подразделяются на находящиеся в эксплуатации и находящиеся в запасе, резерве, консервации и т. п.

По принадлежности основные средства подразделяются на собственные и арендованные.

Основные средства можно подразделить на активные и пассивные. К активным относят такие основные средства, которые непосредственно участвуют в производстве продукции и оказывают непосредственное прямое влияние на объем выпускаемой продукции. К активным, как правило, относят машины и оборудование, транспортные средства и инструменты.

Соотношение отдельных групп основных средств по стоимости характеризует их структуру. Структура определяется путем расчета удельного веса отдельных групп основных средств в общей совокупности и выражается в процентах.

Одна из характерных особенностей основных средств состоит в том, что они в своей качественной сущности имеют материально-вещественную природу и участвуют в процессе продуцирования результатов в качестве исключительно материального фактора.

Основные средства не выполняют функцию исходной субстанции, выступающей объектом труда и формирующей непосредственную субстанциональную сущность достигаемых результатов. Поскольку между основными средствами и результатами тех процессов, в которых они участвуют, не происходит непосредственного субстанционального обмена, то основные средства могут быть использованы при осуществлении неоднократного процесса продуцирова-

ния определенного результата деятельности организации, а многих таких результатов, т. е. потенциально относятся к разряду ее долгосрочных активов.

Оценка основных средств – это денежное выражение их стоимости. Применяются три вида их оценки: первоначальная, переоцененная и остаточная стоимость основных средств.

Первоначальная стоимость основных средств – стоимость, слагающаяся из затрат по их возведению (сооружению) или приобретению, включая расходы по их доставке и установке, а также иные расходы, необходимые для доведения данного объекта до состояния готовности к эксплуатации по назначению.

В условиях переходного периода к рыночным отношениям расширяются возможности поступления основных средств в организации. Поэтому в зависимости от способа поступления активных основных средств их первоначальная стоимость определяется следующим образом:

- внесенных учредителями в счет их вклада в уставный капитал организации – по договоренности сторон;
- изготовленных в организации, а также приобретенных за плату у других организаций и лиц – исходя из фактически произведенных затрат по возведению (сооружению) или приобретению этих объектов, включая расходы по доставке, монтажу и установке;
- полученных от других организаций и лиц безвозмездно, а также в качестве субсидий правительственного органа – экспертным путем или по данным документов приемки-передачи;
- долгосрочно арендуемых – по договоренности сторон.

Переоцененная стоимость основных средств – это стоимость их воспроизводства в современных условиях. Величина отклонения восстановительной стоимости основных средств от их первоначальной стоимости зависит от темпов ускорения научно-технического прогресса, уровня инфляции и др. Своевременная и объективная переоценка основных средств имеет очень важное значение, прежде всего для их простого и расширенного воспроизводства. В условиях инфляции переоценка основных средств в организации позволяет:

- объективно оценить истинную стоимость основных средств;
- более правильно и точно определить затраты на производство и реализацию продукции;
- более точно определить величину амортизационных отчислений, достаточную для простого воспроизводства основных средств;
- объективно устанавливать продажные цены на реализуемые основные средства и арендную плату (в случае сдачи их в аренду).

В период перехода к рыночной экономике, который сопровождался спадом производства и высоким уровнем инфляции, переоценка основных средств осуществлялась ежегодно.

Остаточная стоимость представляет собой разницу между первоначальной, или восстановительной, стоимостью и суммой износа, т. е. это та часть стоимости основных средств, которая еще не перенесена на производимую продукцию [4, с. 34].

Оценка основных средств по их остаточной стоимости необходима прежде всего для того, чтобы знать их качественное состояние, в частности определить коэффициенты годности и физического износа и составления бухгалтерского баланса.

Стоимостная оценка основных средств необходима для их учета, анализа и планирования, а также для определения объема, структуры капитальных вложений.

Стоимость объекта как выражение его потенциальной полезности на сегодняшний день выступает наиболее универсальной характеристикой возможностей, предоставляемых данным объектом, способной интегрировать качественно различные его параметры. Стоимостная оценка имеет следующие преимущества перед натуральными показателями свойств основных средств:

- стоимостная оценка позволяет обеспечить максимальную полноту охвата различного рода возможностей, предоставляемых основными средствами, поскольку выступает выражением совокупной потенциальной полезности всех их качеств для системы, располагающей данным видом ресурсов;
- в силу того, что стоимостная оценка является обобщающей и выражающей конечную полезность объекта оценки для его обладателя, она позволяет избежать многократного учета одних и тех же возможностей, предоставляемых различными качественными характеристиками основных средств.

Стоимостная оценка позволяет легко осуществлять интеграцию и сопоставление получаемой характеристики с аналогичными оценками качественно иных источников возможностей.

Говоря о стоимостной оценке основных средств как источников возможностей, практически всеми исследователями отмечается тот момент, что наиболее адекватная оценка может быть осуществлена лишь при использовании категории «остаточная стоимость». Восстановительная стоимость основных средств, в отличие от их первоначальной стоимости, более адекватно характеризует совокупность возможностей, предоставляемых указанным видом ресурсов по той основной причине, что основные средства по мере своего участия в продуцировании результатов деятельности организации постепенно утрачивают свои качественные характеристики, т. е. изнашиваются. Далее, в силу того, что результаты деятельности организации принято фиксировать относительно определенного промежутка времени (месяц, квартал, год и т.д.), и поскольку указанные результаты фактически сопродуцируются всеми функционировавшими в течение этого периода в рамках организации основными средствами, то с учетом динамики последних наиболее адекватной оценочной величиной представляется средняя остаточная стоимость основных средств организации за анализируемый период.

Таким образом, основные средства занимают наибольший удельный вес в капитале организаций и являются важнейшим экономическим ресурсом организаций. Состояние и эффективность их использования влияют на улучшение конечных результатов их хозяйственной деятельности, что в конечном итоге способствует улучшению финансового положения организации, повышается ее конкурентоспособность. Без наличия и укрепления основных средств невозможно успешное функционирование организаций.

Список использованной литературы

1. **Сосненко, Л. С.** Анализ экономического потенциала действующего предприятия / Л. С. Сосненко. – М. : Экономическая литература, 2003. – 208 с.
2. **Аниськова, О. Г.** Стратегия коммерческой деятельности предприятия розничной торговли. / О. Г. Аниськова, О. В. Пигунова. – М. : Маркетинг, 2002. – 117 с.
3. **Борзенкова, К. С.** Оценка экономического потенциала предприятия и повышение эффективности его использования : автореф. дис... канд. экон. наук / К. С. Борзенкова. – Белгород, 2003. – 24 с.
4. **Карпенко, Е. М.** Потенциал производственной системы: сущность. Методика оценки, процесс актуализации : моногр. / Е. М. Карпенко. – Гомель : ГГТУ им. П. О. Сухого. – 377 с.

УДК 331.105

Е. П. Пархимчик (erp10@tut.by),
канд. ист. наук

Государственный институт управления
и социальных технологий БГУ
г. Минск, Республика Беларусь

РЕЗЕРВ РУКОВОДЯЩИХ КАДРОВ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ В ОРГАНИЗАЦИИ

В статье раскрываются типичные проблемы работы с резервом руководящих кадров организаций, предприятий. Автор предлагает конкретные меры, направленные на повышение эффективности и результативности работы с резервом. Это предложения по нормативному оформлению организации ротации, примерный алгоритм проведения кадрового аудита работы с резервом, примерный регламент работы кадровой службы с резервом, состав примерного пакета документов по работе с резервом.

The article describes the typical problems of work with a reserve of leading cadres of organizations and enterprises. The author proposes concrete measures aimed at improving the efficiency and effectiveness of work with a reserve. This proposals for regulatory clearance rotation organization, an exemplary flow of personnel audit work with a reserve, the approximate rules of work of personnel service with a reserve, the composition of an exemplary package to work with the reserve documents.

Ключевые слова: резерв руководящих кадров; типичные проблемы работы с резервом; группировка организаций по отношению к работе с резервом; ротация; кадровый аудит.

Key words: managerial personnel reserve; typical problems of work with a reserve; the group organizations in relation to the work with a reserve; rotation; human resources audit.

Формирование резерва руководящих кадров (далее – резерв) и организация работы с ним является одним из приоритетов государственной кадровой политики. Целями создания резерва являются: обеспечение эффективного, устойчивого развития организации, минимизация срока адаптации руководителей в новых должностях; постепенность, планомерность смены поколений, благодаря которой обеспечиваются экономическая и управленческая безопасность организаций, сохраняется преемственность, развиваются внутриорганизационные традиции, культура, повышается лояльность ведущих работников, крепнет их уверенность в успешном развитии деловой карьеры.

Результаты работы с резервом всех уровней в системе государственных органов и организаций в Беларуси находятся под пристальным контролем власти [1]. К сожалению, здесь существуют проблемы, которые не разрешены до сих пор [1; 2]. Президент Республики Беларусь А. Лукашенко, посещая в июле 2014 г. Могилевскую область, потребовал активизировать работу по формированию резерва руководящих кадров, дал конкретные поручения для обеспечения преемственности, своевременной смены руководителей организаций [2].

Остаются актуальными недостатки, выявленные в ходе исследования организаций, предприятий с численностью работающих свыше 500 чел. [3]. Наряду с анализом опыта формирования и реализации кадровой политики, здесь изучались и ее конкретные направления, в том числе и работа с резервом. В качестве экспертов выступили, в основном, руководители кадровых служб организаций.

Результаты исследования свидетельствовали, что резерв создавался на всех средних и крупных предприятиях, но на 42,9% из них слабо проводилась работа по подготовке включенных в резерв кадров, а отбор работников для него производился без должного анализа деловых и личностных качеств кандидатов, применения хорошо разработанных и адаптированных к нашим условиям методик. На большинстве обследованных предприятий (56,7%) отсутствовала система служебного и профессионального роста. Вакантные должности руководителей и специалистов нижнего уровня, по оценке 40% экспертов, зачастую заполнялись молодыми специалистами, которые из-за низкой зарплаты не задерживались на предприятиях.

Важным инструментом совершенствования работы с резервом является оценка результатов трудовой деятельности руководителей и специалистов во время периодической аттестации. На абсолютном большинстве предприятий (87,1%) аттестация проводилась регулярно, однако ее результаты не всегда использовались должным образом: рекомендации аттестационной комиссии учитывались при профессиональном продвижении работников только на 48,6% предприятий. На большинстве предприятий (56,7%) отсутствовала система служебного и профессионального роста. Решение о назначении работника на должность нередко принималось необъективно. Имеющиеся недостатки отрицательно сказывались и на отношении работников к повышению квалификации: имела место недостаточная заинтересованность работников в повышении профессиональной подготовки (на 15,7% предприятий). Результаты исследования подтверждали, что отбор работников в резерв производился без должного анализа профессиональных, деловых и личностных качеств кандидатов, слабо проводилась работа и по подготовке резервистов [3].

На основе результатов ранее проведенных под научным руководством автора исследований, личного практического опыта, с учетом мнений других специалистов можно сформулировать не только актуальные проблемы работы с резервом, но и предложить некоторые возможные решения: преодоление формализма в организации работы с резервом; повышение компетентности работников кадровых служб в организации системной работы с резервом; установление сроков пребывания работников в составе резерва и порядок использования их вне его рамок в интересах организации; своевременная и подготовленная смена руководителя организаций резервистом; правовое регулирование инновационных подходов к практической подготовке резервистов; контроль над работой с резервом и оценки ее качества; документационное обеспечение работы с резервом.

Разрешение обозначенных проблем является важнейшим элементом кадровой безопасности, потому что именно руководящие менеджеры являются мозгом и двигателем любой, стремящейся не только выжить, но и успешно и эффективно функционировать в непростых экономических условиях организации.

По мнению автора, все организации по отношению к работе с резервом можно разделить на четыре основные группы согласно таблице 1.

Таблица 1 – Группировка организаций по отношению к работе с резервом

1-я группа (уровень 0)	2-я группа (уровень 1)	3-я группа (уровень 2)	4-я группа (уровень 3)
Работа с резервом практически не ведется. Внутриорганизационного документа о работе с резервом нет. В случае открытия управленческих вакансий решение по кандидатуре принимается единолично руководителем организации. Квалифицированных специалистов по кадрам, компетентных в работе с резервом, нет	Работа с резервом ведется нерегулярно. Внутриорганизационный документ о работе с резервом формальный. В случае открытия управленческих вакансий решение по кандидатуре принимается узким кругом руководителей. Квалифицированных специалистов по кадрам, компетентных в работе с резервом, нет	Работа с резервом ведется периодически на основе внутриорганизационного документа о работе с резервом. Решение по составу резерва принимается узким кругом топ-руководителей с учетом мнения непосредственных руководителей. Производится подготовка резервистов. Имеются квалифицированные специалисты по кадрам, компетентные в работе с резервом	Работа с резервом ведется регулярно на основе внутриорганизационного документа по работе с резервом. Решение по составу резерва принимается, как правило, руководством организации на основе всесторонней информации о кандидатах, полученной с использованием современных методов и персонально-технологий. Производится подготовка резервистов. Имеются квалифицированные специалисты по кадрам, компетентные в работе с резервом
Примечание – Источник: разработка автора.			

Тормозит эффективность работы с резервом и правовая неурегулированность некоторых элементов работы с ним, в частности, ротации, которая является важной формой практического обучения. Ротация – это временное назначение работника на должность одного управленческого уровня с целью получения им представления об особенностях функционирования других структурных подразделений, приобретения новых специальных и управленческих знаний, навыков, опыта, проверки лидерских качеств для подготовки к занятию в последующем руководящих должностей топ-уровня. Преимуществами ротации является ускоренное приобретение резервистом понятия об особенностях работы других структурных подразделений, их роли в производственном (организационном) цикле, возможность реально испытать себя в другой должности. Условиями успешной ротации являются добровольность, подготовленность к ней работника, его непосредственного руководителя, новых подчиненных, наличие вакансии и внутриорганизационной технологии ротации. Период ротации может быть различным, после чего резервист возвращается на прежнее место работы. Законодательно ротационный процесс пока не урегулирован. Но потребность в реализации такой формы подготовки, как свидетельствует практический опыт автора, существует. Предлагаются следующие действия по организации ротации:

1. Разработать положение о ротации как составную часть положения о работе с резервом.
2. Внести в трудовые контракты резервистов условие возможного временного (на определенный срок) перемещения на другие должности одного уровня в рамках ротации.
3. Разработать примерную форму дополнительного соглашения к трудовому договору (контракту) резервистов, которые ротируются на другие должности.
4. Предусмотреть в положении о заработной плате и премировании работников организации специфические особенности оплаты труда ротируемых резервистов.
5. Оформлять ротационные перемещения в форме дополнительного соглашения к трудовым договорам (контрактам), предусматривающим обоюдное согласие (нанимателя и работника) на временную ротацию.

Важным элементом оценки эффективности работы с резервом должен стать кадровый аудит. По мнению 35% опрошенных работников кадровых служб, проведение аудита деятельности данных служб будет способствовать совершенствованию работы [4]. Цель кадрового аудита – рост эффективности работы кадровой службы и управления персоналом отдельной организации. Представляется, что ближайшей задачей кадровых служб в свете требований Главы государства является проведение аудита работы с резервом. Руководитель может затребовать отчет о работе с резервом по предложенному ниже авторскому алгоритму аудита (рисунок 1).

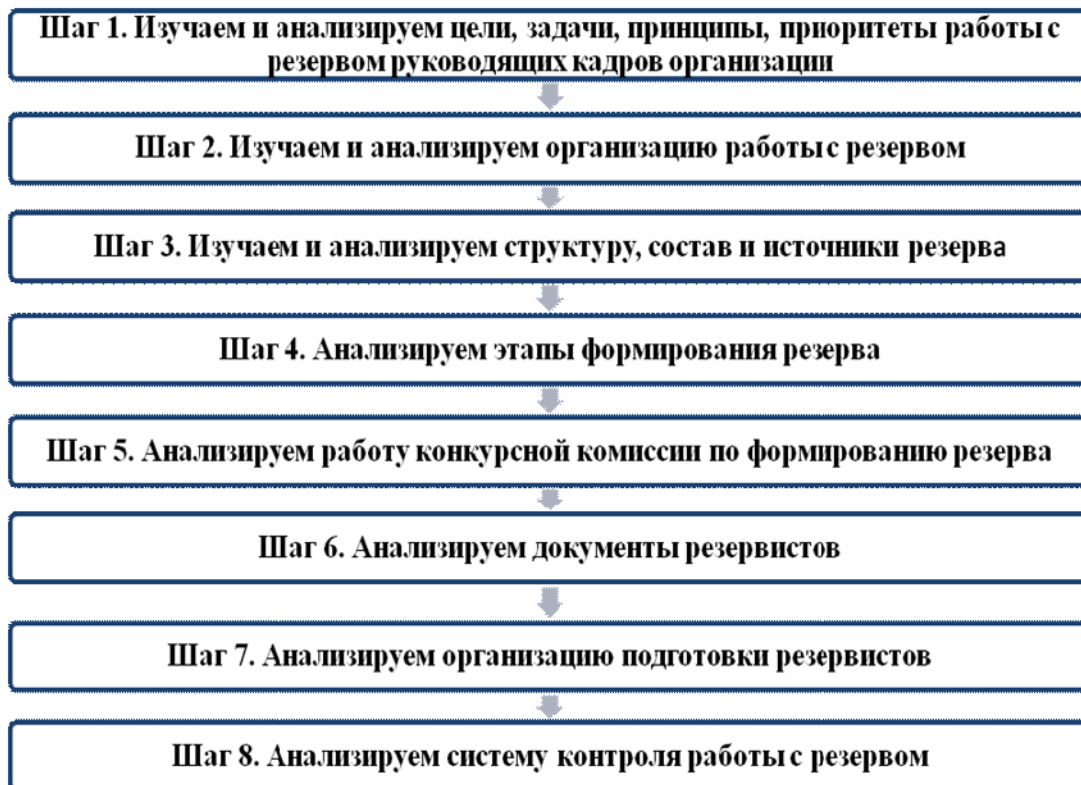


Рисунок 1 – Примерный алгоритм аудита работы с резервом

Актуальной проблемой повышения эффективности работы с резервом остается документационное обеспечение. Унифицированных документов для работы с резервом пока нет. На рисунке 2 и в таблице 2 предлагается состав примерного пакета документов по работе с резервом организации и примерный регламент работы кадровой службы с резервом.

Наименование документа
Положение о работе с резервом
Приложения к положению (протоколы, дорожные карты, сценарии, программы, методики по направлениям работы с резервом)
Положение о конкурсной комиссии
Реестр (перечень) должностей, для замещения которых создается резерв
Список (картотека) резерва
Регламент работы с резервом
План работы с резервом на год

Рисунок 2 – Состав примерного пакета документов по работе с резервом

Примечание – Источник: разработка автора.

Таблица 2 – Примерный регламент работы кадровой службы с резервом

Работа кадровой службы		
Ежегодно	Ежемесячно	Регулярно (по необходимости)
Анализирует состояние резерва и по мере необходимости вносит предложения по его обновлению	Осуществляет текущий контроль над состоянием и подготовкой резерва	Содействует организации заседаний конкурсной комиссии
Организует обучение резерва	Планирует текущую работу с резервом	Готовит предложения по кандидатурам на вакантные должности
Контролирует проведение дней резервиста в организации	Информирует руководство организации о текущей работе с резервом	Готовит методические, материалы и иные материалы по работе с резервом
Обобщает лучший опыт структурных подразделений по работе с резервом	Оказывает помощь руководителям структурных подразделений в организации работы с резервом	Анализирует рекомендации аттестационной комиссии по включению в состав резерва

Работа кадровой службы		
Ежегодно	Ежемесячно	Регулярно (по необходимости)
Организует совещания руководителей структурных подразделений по работе с резервом		Организует исследования, направленные на совершенствование работы с резервом
Заслушивает отчеты руководителей структурных подразделений по различным направлениям работы с резервом		
Планирует мероприятия по работе с резервом на год		
Анализирует и оценивает результаты практической деятельности резервистов (совместно с заместителями руководителя и начальниками структурных подразделений)		
Выносит на рассмотрение и обсуждение руководства организации вопросы состояния работы с резервом		
Примечание – Источник: разработка автора.		

Список использованных источников

1. **Васильков, В.** // Макей: На руководящие должности должны выдвигаться энергичные люди с творческим подходом / В. Васильков [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа : <http://news.tut.by/politics/137697.html>. – Дата доступа : 17.02.2012.
2. **Лукашенко** признал проблему руководящих кадров в стране [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа : [//news.tut.by/society/405902.html](http://news.tut.by/society/405902.html). – Дата доступа : 04.09.2014.
3. **Разработать** рекомендации по подбору, расстановке и служебному продвижению руководителей на предприятиях. Разработать рекомендации по оценке деловых и личных качеств руководителей с применением тестов : отчет о НИР / Научно-исследовательский институт труда ; рук. темы Е. П. Пархимчик. – Минск, 1998. – 94 с. – № ГР 19982920.
4. **Исследовать** работу кадровых служб по обеспечению соблюдения прав работников в сфере трудовых и связанных с ними отношений и разработать предложения по ее совершенствованию : отчет о НИР. / Научно-исследовательский институт труда ; рук. темы В. Н. Пинязик. – Мн., 2007. – 116 с. – № ГР 20071096.

УДК 336

Ю. Ю. Сидоренко (ms.sidego@mail.ru),
канд. экон. наук

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ФИНАНСОВОГО РИСКА

В статье научно обосновано и предложено уточненное определение финансового риска, которое позволяет объединить отечественный и западный подходы к трактовке финансового риска, рассматривать его со стороны не только отрицательных последствий, но и положительных результатов, а также учесть объективно-субъективную природу финансового риска и зависимость его величины от использования заемных средств.

The article scientifically justified and suggested a refined definition of financial risk, which allows to combine the domestic and western approaches to financial risk interpretation, consider it not only from the negative effects, but also positive results, as well as take into account the objective and the subjective nature of financial risk, and the dependence of its magnitude from the use of borrowed funds.

Ключевые слова: финансовый риск; деловой риск; отклонение; финансовый рычаг; заемные средства.

Key words: financial risk; business risk; deviation; financial leverage; borrowed funds.

Риски присутствуют во всех областях деятельности человека, но специфические последствия имеют в экономической сфере, поскольку являются неотъемлемой частью бизнеса. Лю-

бой вид деятельности, приносящий доход, несет в себе разнообразные риски: продажа продукции в кредит порождает риск невозврата или несвоевременного возврата денег; размещение временно свободных средств в банковских учреждениях связано с риском обесценения средств (если инфляция больше процентной ставки по вкладу) или с риском упущенной выгоды (если процентная ставка по вкладу ниже, чем ставка по альтернативному направлению вложения средств); заключение контрактов в иностранной валюте может привести к возникновению рисков неблагоприятных изменений курса соответствующей валюты и т. д. В связи с этим проблема управления рисками актуальна для любого субъекта хозяйствования в любой сфере деятельности. Все сферы экономической деятельности связаны в единый механизм посредством финансовой сферы, и любой риск имеет финансовые последствия и финансовую оценку, поэтому именно финансовым рискам следует уделить пристальное внимание.

Сущность риска заключается в том, что всегда имеется вероятность отклонения от предполагаемой цели, причем отклонение может быть как отрицательным (наиболее часто встречается в трактовках риска), так и положительным. Наиболее краткое, но при этом очень емкое определение дает риску Л. Галиц: «риском является любое изменение исхода» [1, с. 6]. Данное определение не только отражает нежелательный и желательный исходы, но и двойственность этих исходов в мире финансов, поскольку в любой сделке присутствуют две стороны с противоположными интересами, и то, что хорошо, например, для заемщика, плохо для кредитора, и наоборот.

Двойственный характер риска отмечен и в международном стандарте ISO 31000 «Риск-менеджмент: принципы и инструкции» (Risk management: Principles and guidelines), который определяет риск как результат неуверенности в целях и уточняет, что «результат – это отклонение от ожидаемого, причем как положительное, так и (или) отрицательное» [2]. На основании официального перевода данного стандарта создан Государственный стандарт Республики Беларусь «Менеджмент риска. Термины и определения», который постулирует такой же подход к определению риска [3].

В зависимости от возможного результата выделяются как правило две большие группы рисков: чистые и спекулятивные (называемые также статистическими и динамическими соответственно). Чистые риски предполагают получение отрицательного или нулевого результата (например, стихийные бедствия), а спекулятивные предполагают получение как отрицательных результатов, так и положительных, и именно к ним относятся финансовые риски [4–7]. Поэтому если относительно риска возможность получения положительного отклонения от намеченного результата оспоримо, то для финансового риска возможное отклонение величины будущих финансовых потоков в большую или меньшую сторону от намеченного (ожидаемого) значения является безусловным определяющим признаком.

Единогласно признавая финансовые риски спекулятивными, авторы в своих определениях в основном выделяют только возможность отрицательных последствий. Так, например, И. Т. Балабанов связывает финансовый риск с «вероятностью потерь финансовых ресурсов» [4, с. 25], А. С. Шапкин – с «вероятностью потерь каких-либо денежных сумм или их недополучением» [7, с. 157]. Также финансовый риск определяется как «вероятность возникновения убытков, недопоступления планируемых доходов, прибыли» [8, с. 1038] и др. Большой энциклопедический словарь «Право и экономика» дает следующее определение: «риск финансовый – риск, vyplывающий из неопределенности природных, человеческих и экономических факторов, которые при неблагоприятных условиях могут привести к убыткам в хозяйственно-финансовой деятельности» [9, с. 1064].

Рассмотрение финансовых рисков только как источников убытков и потерь, и, следовательно, стремление их ограничить любой ценой, пусть даже и за счет отказа от возможного дополнительного дохода, может пагубно отразиться на прибыльности организации и затормозить ее развитие. Такой подход, по нашему мнению, приводит к перекосам в управлении финансовыми рисками, поскольку график распределения вероятностей отклонения от намеченного значения является чаще всего симметричным, следовательно, вероятность получить отклонение в положительную сторону равна вероятности получить отклонение в отрицательную. Поэтому указание в определении на возможность отклонения от намеченного результата как в положительную, так и в отрицательную сторону позволяет привести его в соответствие с методами статистической оценки.

Лишь немногие авторы указывают на возможность положительных последствий финансовых рисков. Так, например, Н. А. Рыхтикова делает это косвенно, рассматривая финансовый риск как «экономическую категорию, характеризующую возможность, вероятность отклонения

от цели, несовпадения фактического результата с намеченным в условиях объективно существующей неопределенности» [10, с. 7]. А В. Ю. Резниченко подробно прописывает, что «под финансовым риском понимается, с одной стороны, опасность потерь ресурсов или недополучение доходов по сравнению с ожидаемым вариантом (вариантом, на который рассчитывается решение), с другой стороны, финансовый риск – это вероятность получения дополнительного объема прибыли» [6, с. 50].

Два наиболее развернутых определения финансового риска дает И. А. Бланк. В соответствии с первым, финансовый риск – это «вероятность возникновения неблагоприятных финансовых последствий в форме потери дохода или капитала в ситуации неопределенности условий осуществления его финансовой деятельности» [11, с. 203], а согласно второму определению – это «результат выбора его собственниками или менеджерами альтернативного финансового решения, направленного на достижение желаемого целевого результата финансовой деятельности при вероятности понесения экономического ущерба (финансовых потерь) в силу неопределенности условий его реализации» [12, с. 20]. При этом в первом определении И. А. Бланк, как и И. Т. Балабанов, Л. Н. Тэпман, А. С. Шапкин, В. Н. Уродовских и другие, рассматривает финансовый риск как «вероятность» осуществления неблагоприятного события, что указывает на объективную природу финансового риска, который возникает в силу неподвластных влиянию субъекта хозяйствования внешних факторов. Указание во втором определении на то, что финансовый риск – это «результат выбора», является указанием на субъективную природу данной категории, зависящую исключительно от решений принимаемых субъектом хозяйствования.

Мы считаем, что финансовый риск в одинаковой мере содержит объективную и субъективную составляющие, поскольку, с одной стороны, финансовый риск присутствует независимо от желания и восприятия финансового менеджера, а с другой стороны, он зависит от субъективных действий в условиях выбора из имеющихся альтернативных управленческих решений. Поэтому для правильного понимания понятия «финансовый риск» его определение должно содержать указание на объективно-субъективную природу.

Существует совершенно другой подход к определению финансового риска, в большей мере присущий западной литературе. В своих трудах Ю. Бригхэм и М. Эрхардт, Л. Гапенски, Ч. Ф. Ли и Дж. И. Финнерти, С. Росс, Р. Вестерфилд и Б. Джордан [13; 14] связывают наличие финансового риска с наличием у субъекта хозяйствования заемных средств, т. е. он характеризуется как «дополнительный деловой риск» [13, с. 615] при использовании заемных средств и рассматривается в тесной взаимосвязи с финансовым рычагом (при этом деловой риск рассматривается как «неопределенность относительно будущих доходов» [14, с. 182]).

Вышерассмотренные определения даются западными исследователями относительно акционерного капитала и на примере держателей обыкновенных и привилегированных акций и облигаций. Но Ю. Бригхэм и М. Эрхардт при этом отмечают, что все понятия, рассматриваемые относительно финансовых активов, применимы и для физических активов. А причину такого подхода объясняют тем, что для менеджеров «главной задачей является повышение цен акций», поэтому любой риск должен рассматриваться с точки зрения «его влияния на риск акций» [13, с. 313]. Применительно к отечественным условиям, когда общее состояние организации отражается не на ее стоимости и соответственно на стоимости ее акций, а лишь измеряется размерами прибыли и показателями финансового состояния, главной задачей финансового менеджера является не только улучшение благосостояния организации, но и обеспечение ее устойчивого развития в долгосрочной перспективе. То есть стабильность функционирования организации выходит на первый план, поскольку только в надежные фирмы будут вкладывать деньги инвесторы. Поэтому стабильность – это главная стратегическая задача субъекта хозяйствования, достичь которую в условиях глобального экономического кризиса можно только посредством осуществления финансового риск-менеджмента. Необходимо использовать новейшие методы управления рисками и порой отказаться от части прибыли в краткосрочном периоде для того, чтобы обеспечить стратегическую стабильность.

Параллельно Ч. Ф. Ли, Дж. И. Финнерти определяют финансовый риск как «риск того, что компания не сможет погасить задолженность и окажется банкротом» [14, с. 145]. То есть, если нет задолженности, то нет и финансового риска, но задолженность в том или ином виде (например, кредиторская или дебиторская) присутствует постоянно, даже, если субъект хозяйствования не использует кредиты (что является большой редкостью), поэтому финансовые риски тоже присутствуют постоянно и повсеместно.

То, что уровень финансового риска находится в прямой зависимости от отношения заемных средств к собственным, является общепринятой истиной и в русскоязычной литературе,

однако отражения в определениях этот постулат не находит, что также некорректно с нашей точки зрения, поскольку использование заемных средств увеличивает амплитуду отклонения от ожидаемого значения, а следовательно, степень финансового риска за счет платности, срочности и возвратности, присущих данной категории.

Только В. А. Боровкова соединяет два подхода к определению финансовых рисков: «финансовый риск – это возможная опасность денежных потерь при осуществлении операций на финансовом рынке (банковских, биржевых, инвестиционных и пр.) и при управлении собственными и заемными финансовыми ресурсами с целью их оптимального соотношения» [5, с. 56]. Но и в этом определении учитывается только возможность потерь от финансового риска и не прослеживается связь последствий финансового риска и структуры источников средств.

Поскольку ни одно из рассмотренных определений не отражает в полной мере сущность финансового риска, нами научно обосновано и предложено уточненное определение данного понятия: финансовый риск – это возможное отклонение величины будущих финансовых потоков в большую или меньшую сторону от намеченного (ожидаемого) значения под влиянием объективных и субъективных факторов, которое увеличивает амплитуду при использовании заемных средств.

Таким образом, уточненный теоретический подход к определению экономического содержания финансового риска позволяет объединить отечественный и западный подходы к трактовке финансового риска, рассматривать его со стороны не только отрицательных последствий, но и положительных результатов, а также учесть объективно-субъективную природу финансового риска и зависимость его величины от использования заемных средств.

Список использованной литературы

1. **Галиц, Л.** Финансовая инженерия: инструменты и способы управления финансовым риском / Л. Галиц ; пер. с англ. под ред. А. М. Зубкова. – М. : ТВЦ, 1998. – 576 с.
2. **ISO 31000: 2009** «Risk management – Principles and guidelines» [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.klubok.net/Downloads-index-reqviewdownloaddetails-lid-365.html>. – Date of access : 29.01.2012.
3. **Государственный** стандарт Республики Беларусь СТБ ISO Guide 73/ПР_1 «Менеджмент риска. Термины и определения» [Электронный ресурс] / Госстандарт. – Минск. – Режим доступа : http://dvbi.ru/risk_management/library/tabid/213/token/download/ItemId/68/language/ru-RU/Default.aspx. – Дата доступа : 09.09.2014.
4. **Балабанов, И. Т.** Риск-менеджмент / И. Т. Балабанов. – М. : Финансы и статистика, 1996. – 192 с.
5. **Боровкова, В. А.** Управление рисками в торговле / В. А. Боровкова. – СПб. : Питер, 2004. – 288 с.
6. **Резниченко, В. Ю.** Риск-менеджмент : учеб. пособие / В. Ю. Резниченко. – М. : Московский гос. университет экономики, статистики и информатики, 2004. – 100 с.
7. **Шапкин, А. С.** Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций : моногр. / А. С. Шапкин. – М. : Дашков и К°, 2003. – 544 с.
8. **Финансово-кредитный** энциклопедический словарь / А. Г. Грязнова [и др.] ; под общ. ред. А. Г. Грязновой. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 1168 с.
9. **Гавриленко, В. Г.** Право и экономика : большой энциклопедический словарь высшего управленческого персонала / В. Г. Гавриленко, П. Г. Никитенко, Н. И. Ядевич. – Минск : Право и экономика, 2001. – 1364 с.
10. **Рыхтикова, Н. А.** Анализ и управление рисками организации : учеб. пособие / Н. А. Рыхтикова. – М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2007. – 240 с.
11. **Бланк, И. А.** Основы финансового менеджмента : в 2 т. / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 1999. – Т. 2. – 512 с.
12. **Бланк, И. А.** Управление финансовыми рисками / И. А. Бланк. – Киев : Ника-Центр, 2005. – С. 18.
13. **Бригхэм, Ю.** Финансовый менеджмент / Ю. Бригхэм, М. Эрхардт ; пер. с англ. под ред. Е. А. Дорофеева. – 10-е изд. – СПб. : Питер, 2009. – 960 с.
14. **Ли, Ч. Ф.** Финансы корпораций: теория, методы и практика / Ч. Ф. Ли, Дж. И. Финнерти ; пер. с англ. Б. С. Пинскера – М. : ИНФРА-М, 2000. – 686 с.

РАЗВИТИЕ СОДЕРЖАТЕЛЬНОЙ ХАРАКТЕРИСТИКИ СОЦИАЛЬНОЙ ФУНКЦИИ ЦЕНЫ

Для условий социально ориентированной рыночной экономики Республики Беларусь доказана необходимость развития социальной функции цены как регулятора состояния экономики и бизнеса, а также индикатора качества жизни населения. Дополнена содержательная характеристика социальной функции цены идеей о возможности дифференциации цен для обеспечения социальной справедливости в потреблении и повышения конкурентоспособности организаций. Сформулированы принципы дифференциации цен (научности, сбалансированности, удовлетворенности потребителя, регламентирования и контроля).

For the conditions of socially oriented market economy of Belarus proved the need for the development of the social function of price as the regulator of the economy and business and the quality of life indicator. Supplemented meaningful characteristic of social function of price idea of the possibility of price differentiation for social justice in the consumption and increasing the competitiveness of organizations. Formulated the principles of price differentiation (scientific, balance, customer satisfaction, regulation and control).

Ключевые слова: механизм хозяйствования; функции цен; социальная функция цены; принципы дифференциации цен; функции-регуляторы; функции-индикаторы.

Key words: economic mechanism; price function; social function of price; principles of price differentiation; function as regulators; function as indicators.

В теории ценообразования принято выделять учетно-измерительную, распределительную, стимулирующую, балансирующую, информационную, социальную функции, функции рационального размещения производства, контроля целесообразности затрат, цены, которые сохраняются в разных типах экономики. Однако в соответствии с целями и задачами развития механизмов хозяйствования, не исключая действия известных функций цены, вырабатываются инструменты реализации функций, характеризующих суть модели развития (таблица 1).

Таблица 1 – Функции цены при разных типах экономики

Тип экономики	Функция	Значение функции
Директивно управляемая (плановая) экономика	Учетно-измерительная	Соизмерение общественно необходимых затрат и результатов производства, выявление и определение количественных стоимостных и качественных финансовых показателей деятельности организации
	Распределительная	Распределение и перераспределение национального дохода и валового внутреннего продукта между отраслями, секторами национальной экономики, регионами (районами) страны, разными формами собственности, предприятиями (организациями), производителями и потребителями
	Стимулирующая	Поощрительное и сдерживающее воздействие цены на все стадии, направления, отрасли расширенного воспроизводства, на потребление различных видов продукции
Рыночная экономика (классическая)	Рационального размещения производства	Перераспределение капитала из одного сектора экономики в другой (вложение капитала в развитие производств с более высокой нормой прибыли); решение принимается предприятиями (фирмами) самостоятельно под воздействием законов конкуренции и спроса
	Балансирующая	Обеспечение важнейших пропорций в экономике, прежде всего, между спросом и предложением
	Информационная	Предоставление всем участникам экономических процессов сведений о конъюнктуре рынка и рыночных ценах
Рыночная экономика (социально ориентированная)	Социальная	Регулирование объема и структуры потребления товаров и услуг; перераспределение национального дохода между накоплением и потреблением, социальными группами населения, видами хозяйственной деятельности; использование полученных потребителем денежных доходов [1, с.13]
	Контроля целесообразности затрат	Обеспечение оптимальной взаимосвязи между ценами и экономическими показателями, характеризующими развитие хозяйственной деятельности организации, предотвращение необоснованного роста цен

Для плановой экономики при централизованном государственном управлении ценами характерны функции (учетно-измерительная, распределительная и стимулирующая), направленные на выполнение плановых заданий и обеспечение задаваемых пропорций, поэтому функция трансформации спроса населения в пропорции производства в полной мере не реализовывалась. В рыночной же экономике цена, являясь результатом взаимодействия спроса и предложения, определяет их соотношение и ориентирует производителя на выпуск пользующихся спросом товаров. В то же время необходимо отметить, что в чистой рыночной экономике, по сравнению с социально ориентированной, выполнение социальной функции на цены не возлагается, для этого существуют другие механизмы (налогообложения, социальной ответственности и государственно-частного партнерства).

В соответствии с распределительной доктриной экономика вообще может обойтись без денег, а, следовательно, и без цен, тогда как рыночная экономика без цен становится бессмысленной. В директивно управляемой (плановой) экономике цены используются как внешний регулятор, инструмент воздействия со стороны государства; в рыночных условиях они являются частью системы саморегулирования, обеспечивая стабильность и развитие экономики, конкуренцию, перераспределение ресурсов и капитала.

Границы функций цены невозможно установить четко. Распределительная функция может выполнять стимулирующую или функцию, способствующую рациональному размещению производства, и наоборот, а все вместе они так или иначе выражаются учетно-измерительной функцией. Слияние социальной и распределительной функций цены проявляется в ситуации, когда с помощью высоких розничных цен на предметы роскоши и престижные товары (например, ювелирные изделия, легковые автомобили) обеспечивается перераспределение денежных средств более состоятельной части населения через бюджет на формирование специальных фондов социальной защиты малообеспеченных категорий граждан.

Экономическая природа цены определяет выполнение ею на рынке как подчиненной, так и управляющей роли. С этих позиций предложено выделить функции-индикаторы и функции-регуляторы (рисунок 1).

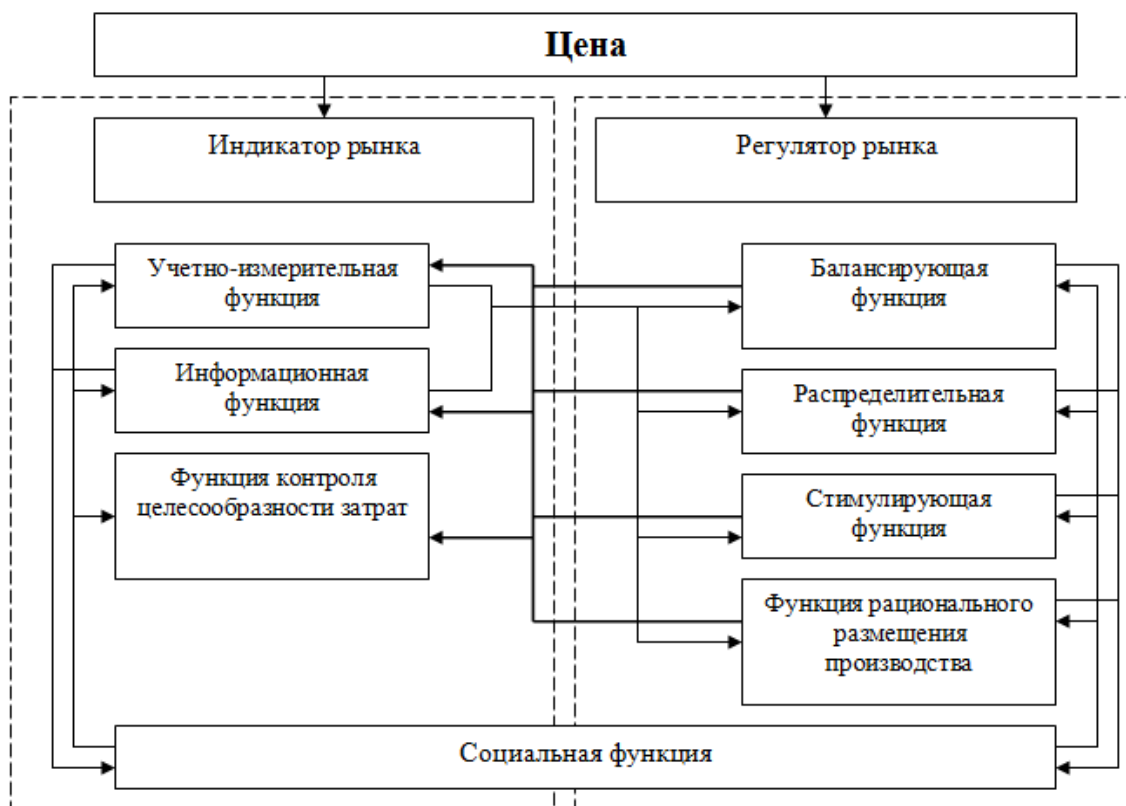


Рисунок 1 – Функции цены в качестве индикатора и регулятора рынка

В соответствии с рассматриваемым подходом учетно-измерительная, информационная и функция контроля целесообразности затрат отнесены к функциям-индикаторам; балансирующая, распределительная, стимулирующая, рационального размещения производства – к функциям-регуляторам. При этом социальная функция может быть как регулятором, так и индикатором, поскольку наряду с контролем состояния экономики и бизнеса характеризует качество жизни людей. Взаимосвязь выделенных групп функций прослеживается в том, что функции-индикаторы служат отображением результатов выполнения функций-регуляторов, в то же время результаты их измерения и анализа влияют на процесс реализации функций-регуляторов.

Исследование содержания функций (учетно-измерительной, распределительной, рационального размещения производства, стимулирующей, балансирующей, контроля целесообразности затрат, информационной), отражающих экономическую сущность цены, показало, что основой для их выделения стали трансформационные процессы в экономике, изменение моделей хозяйствования, степени ее сбалансированности. Практика построения социально ориентированной рыночной экономики в Республике Беларусь обусловила необходимость развития социальной функции цены, предусматривающей участие государства и субъектов хозяйствования в реализации принципа справедливости.

На основе анализа и обобщения подходов к определению сущности данной функции дополнена ее содержательная характеристика, заключающаяся в возможности формирования цен на основе выделенных принципов их дифференциации (научности, сбалансированности, удовлетворенности потребителя, регламентирования и контроля) для обеспечения социальной справедливости в потреблении, что будет способствовать не только улучшению качества жизни людей, но и повышению конкурентоспособности субъектов хозяйствования с помощью специальных ценовых решений, базирующихся на взаимосвязи и взаимообусловленности экономических результатов их деятельности и цен (изменение цен регулирует объем и структуру потребления товаров и услуг, направления перераспределения национального дохода между накоплением и потреблением, различными социальными группами населения, видами хозяйственной деятельности, а также использование полученных потребителем денежных доходов). Принцип научности основывается на соблюдении требований экономических законов развития рыночной экономики, теоретической и экономической обоснованности дифференциации цены, обеспечивающей достижение достаточных целевых финансовых результатов за счет ее структурных преимуществ с учетом конкурентной среды и покупательной способности населения. Принцип сбалансированности состоит в соблюдении равноценности отраслей в интересах всех участников производственного и торгово-технологического процессов. Принцип удовлетворенности потребителя позволяет учесть индивидуальные ценностные оценки выбора потребителей при их разных бюджетных возможностях, реализовать предоставление ценовых преимуществ определенным группам населения при приобретении материальных ценностей. Принцип регламентирования и контроля проявляется в соблюдении условий дифференциации и дискриминации, порядка обоснования дифференцированных торговых надбавок и розничных цен. Умелое применение социальной функции позволит обеспечить необходимые для развития бизнеса объемы финансовых результатов. Ее назначение заключается в определении условий обеспечения стабильности цен, ответственности государства и бизнеса за их экономическую обоснованность и направления изменения, что становится элементом социальной защиты населения, сдерживающим фактором роста инфляционных ожиданий и дополнительным конкурентным преимуществом.

От уровня и динамики цен зависят уровень жизни человека, прожиточный минимум, потребительская корзина и потребительский бюджет семьи, т. е. социальное положение населения. Через систему цен государство может создать благоприятные условия для потребления товаров и услуг в области здравоохранения, образования, просвещения, воспитания детей, способствовать дальнейшему повышению материального и жизненного уровня отдельных групп граждан, нуждающихся в социальной защите. От решения социальных вопросов напрямую зависит общественно-политическая ситуация как в определенном регионе, так и в стране в целом.

В ряде развитых государств мира (США, Австрии, Дании, Испании) необходимость выделения социальной функции цены отрицается, а рыночная цена формируется спросом и предложением. В социально ориентированных странах (Швеции, Норвегии, Швейцарии) социальная направленность цен реализуется через механизмы налогообложения и внедрение концепций социального и государственно-частного партнерства, что проявляется в снижении рыночных цен на отдельные товары за счет льгот по налогу на добавленную стоимость. Такая

политика государства воспринимается как плата высокодоходной части населения в пользу менее обеспеченных и незащищенных его слоев за социальную стабильность в обществе.

Таким образом, развитие содержательной характеристики социальной функции, предусматривающей регулирование объема и структуры потребления товаров и услуг, перераспределение национального дохода между накоплением и потреблением, различными социальными группами населения и видами хозяйственной деятельности, использования полученных потребителем денежных доходов, заключается в возможности формирования цен на основе сформулированных принципов их дифференциации для обеспечения социальной справедливости в потреблении, повышения конкурентоспособности субъектов хозяйствования путем принятия специальных ценовых решений с учетом их связи с экономическими результатами деятельности.

Список использованной литературы

1. **Баздникин, А. С.** Цены и ценообразование : учеб. пособие / А. С. Баздникин. – М. : Юрайт, 2008. – 332 с.

УДК 336.71:004.9

Н. П. Толстенок (kafedra.97@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

В. С. Тихонов (V.S.Tikhonov@gmail.com),
магистр экономики

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ВНЕДРЕНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ КРАУДЭКОНОМИКИ В БАНКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Проникновение цифровых технологий приводит к размытию банковских функций. Банки постепенно теряют экспертную функцию, которая переходит к виртуальным сообществам. Речь идет о развитии так называемой краудэкономике и ее разновидностей. Вместе с тем, сотрудничество банков с краудплощадками является перспективным направлением для дальнейшего развития финансового сектора. Тем банкам, которые найдут себя в краудэкономике, будет достаточно комфортно в цифровой экономике будущего.

The penetration of digital technology leads to blurring of banking functions. Banks are gradually losing expert function that goes to virtual communities. We are talking about the development of the so-called crowd economy and its varieties. However, cooperation of banks with crowd economy is the perspective direction for further development of financial sector. Those banks that will find themselves in crowd economy will be quite comfortable in the digital economy of the future.

Ключевые слова: краудэкономика; краудфандинг; краудсорсинг; краудинвестинг; краудтехнологии; финансирование; банк; банковская система.

Key words: crowd economy; crowdfunding; crowdsourcing; crowdinvesting; crowd technologies; financing, bank; bank system.

О краудфандинге – народном финансировании – одном из основных элементов краудэкономике во всем мире говорят как о реальной альтернативе традиционным кредитам. Краудплощадки собирают миллиарды долларов, помогая воплотить в жизнь миллионы идей предприимчивых бизнесменов. Не так давно о возможностях краудэкономике заговорили и в Беларуси.

Составными частями краудэкономике сегодня являются краудфандинг, краудинвестинг и краудсорсинг. Наиболее известным является краудфандинг – коллективное сотрудничество людей (доноров), которые добровольно объединяют свои деньги вместе (как правило, через специализированные краудплатформы), чтобы поддержать усилия других людей или организаций (реципиентов).

То есть краудтехнологии – это возможность напрямую повлиять на окружающую вас реальность. Не удивительно, что развитие краудфандинговых площадок бьет все рекорды. Основные элементы краудэкономике представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Основные элементы краудэкономики

Крауд-экономика – это экономическая модель, где собственность и права доступа разделены между людьми, стартапами и корпорациями. Совместная экономика позволяет людям эффективно получить то, в чем они нуждаются, производителям – добиться максимальной эффективности, выпуская продукцию по прямому запросу потребителей. Например, самый успешный и известный проект «Kickstarter» привлек 1 млрд долл. США на проекты за первые 5 лет своего существования и 800 млн долл. США – за шестой год. В целом же объем рынка краудфандинга в мире превысил 16 млрд долл. США в 2014 г., а в 2015 вырос по сравнению с этой цифрой более чем вдвое – до 34 млрд долл. США [1].

Краудфандинг подразумевает под собой то, что люди направляют деньги в такие проекты, где их интересует в первую очередь результат, а не возврат инвестиций. Это может быть помощь детям или взрослым, либо создание какого-то продукта, например, научно-технической новинки, книги, организация концерта. То есть люди получают моральное удовлетворение от того, что сопричастны к проектам, которые делают мир лучше, приносят позитивный результат. Кроме того, они, вероятно, хотят и сами прочитать эту книгу, сходить на концерт и т. д.

Понятия «краудинвестинг» и «краудфандинг» тождественны друг другу, поскольку являются элементами общего направления – краудсорсинга. Краудфандинг предполагает совместное финансирование проектов либо на безвозмездной основе, либо за материальное вознаграждение в виде какого-либо подарка или экземпляра продукции (услуги), выпускаемой (оказываемой) автором проекта. Краудинвестинг предполагает участие в доле финансируемого предприятия. В данном случае инвестор является держателем какой-либо части проекта, а значит, имеет определенную постоянную прибыль.

ОАО «Белгазпромбанк» стал первым в Беларуси банком, использовавшим в своей работе принципы краудэкономики. Сегодня он работает над тремя проектами в этой сфере. Так, в апреле 2015 г. стартовал первый в Беларуси настоящий краудфандинговый проект «Ulej.by», который уже можно оценить как успешный. Общий объем собранных с его помощью за полгода средств составил около полумиллиарда рублей. Благодаря этой площадке нашли финансирование 44% благотворительных и социально направленных проектов, размещенных здесь [2].

В октябре текущего года был запущен первый в мире банковский краудфандинговый онлайн-сервис «WikiBank», направленный на поддержку малого и среднего бизнеса при полной защите инвесторов-вкладчиков. Принцип его работы таков. Предприниматель, имеющий хорошую бизнес-идею, может в форме проекта разместить идею на «WikiBank». Заинтересованные вкладчики, в свою очередь, могут поддержать проект, разместив прямо в онлайн-режиме средства на соответствующий депозит. При этом вкладчик не только приумножает свои сбережения за счет процентов, но и получает интересные бонусы от предпринимателя, например, скидоч-

ную карту. Средства депозитов, в свою очередь, будут направлены на кредитование банком проекта на выгодных условиях. Если проект поддержит большое количество людей, банк может дисконтировать кредитную ставку для предпринимателя.

Платформа «Wikibank» – попытка связать напрямую вкладчиков и кредитополучателей – представителей малого и среднего бизнеса. Свести их вместе, чтобы граждане не просто размещали свои вклады в банке, но и знали, на какие проекты пойдут их деньги.

Система работает следующим образом. Вкладчик размещает на платформе свои денежные средства на условиях возвратности и платности и таким образом приумножает свои сбережения, получая проценты, а также интересные бонусы от предпринимателя. Кредитополучатель, привлекая средства вкладчиков под предполагаемый проект, получает одновременно и финансирование, и потенциальных клиентов, и дополнительное продвижение. К тому же, если проект проходит «клиентскую» экспертизу, в ходе которой выясняется, что его поддерживает большое количество людей, банк видит меньше рисков в его реализации и может снизить ставку по кредиту на недостающую сумму вплоть до уровня ниже среднего по рынку.

У вкладчика есть еще одна интересная возможность – забрать вклад досрочно, в том числе при успешной продаже его на «бирже вкладов» без потерь. Этот инструмент позволяет не забирать вклад, теряя при этом проценты, а разместить его на аукционе депозитов. На оставшийся период он может быть продан кому-нибудь другому. В результате деньги в банке находятся все три года, но один клиент держит вклад в банке в течение двух лет, а второй в течение одного года, но при этом оба получают проценты как по трехлетнему вкладу.

Таким образом, взаимоотношения вкладчиков и кредитополучателей на данной платформе не только максимально прозрачны, но и обоюдовыгодны: с помощью платформы «Wikibank» бизнес получает финансирование, клиентскую базу и дополнительное продвижение, а вкладчики приумножают сбережения и получают, например, услугу или товар от кредитополучателя.

Кроме того, в начале 2016 г. планируется запустить еще и инвестиционную площадку. Здесь люди смогут поддерживать стартапы и молодые компании, становясь их соучредителями. В этом случае банк никак не страхует риски инвестора: при удачном выходе компании на рынок соучредители получают дивиденды, а в случае провала все вложенные деньги сгорают. В то же время данный вариант предполагает более широкие и интересные возможности для инвестиций.

Беларусь достаточно развита технологически и при этом довольно локальна, что дает ей хорошие шансы стать одним из лидеров в части краудэкономики. Здесь можно построить целостную краудсистему для развития бизнеса.

На самом деле, в мире существуют различные краудплощадки, но мы не нашли примеров, когда кто-то создал бы комплекс из процессов для любого бизнеса – от нулевого проекта до развития существующего крупного бизнеса, предложил бы весь инструментарий – от краудфандинга до краудинвестинга.

В то же время в Беларуси фактически любому предприятию, человеку, у которого есть идея и который готов ее реализовать, будет предложен наиболее подходящий для него инструмент, исходя из рискованности предприятия, его предполагаемой доходности, социальной направленности проекта. Так же и для потенциальных инвесторов будут предложены различные схемы размещения ресурсов с получением, в первом случае, нефинансового результата, во втором – процентов и бонусов, а в третьем – возможности рискнуть как соучредитель предприятия, чтобы заработать больше.

Безусловно, развитие краудэкономики в Беларуси принесет пользу не только отдельным компаниям или инвесторам, но и стране в целом. Новые предприятия будут создавать действительно востребованные продукты и услуги, обеспечивать рабочие места. Малый бизнес будет перерастать в средний, а средний – в крупный, что в свою очередь увеличит ВВП и сделает богаче нашу страну.

Весь мир развивается в направлении краудэкономики, и мы считаем, что правильно не конкурировать, а строить партнерские программы с краудплощадками. Кредитно-финансовые учреждения могут предоставлять различные финансовые инструменты, услуги по хранению средств и их перемещению, так как в плане опыта и инструментария с банковской системой вряд ли кто-то может посоперничать. Учитывая это, роль банка меняется, но не аннулируется.

Таким образом, можно сказать, что на самом деле, это схема, где выигрывают все. Инвестор получает широкий выбор инструментов для инвестиций, авторы проектов – дополнительные возможности для привлечения инвестиций и потребителей, банк – новые пути роста кли-

ентской базы и ее благосостояния, расширения финансовых потоков. Банк, создав свою крауд-площадку, приобретает новый источник расширения своей ресурсной базы, пропуская все финансовые потоки данной системы, через счета, открытые непосредственно в банке-основателе краудплощадки, что может положительно сказаться на эффективности его деятельности в целом.

Список использованной литературы

1. **Официальный** сайт краудплощадки «Kickstarter» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.kickstarter.com>. – Дата доступа : 26.06.2016.
2. **Официальный** сайт краудфандинговой системы «Улей» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.ulej.by>. – Дата доступа : 26.06.2016.
3. **Официальный** сайт первого банковского сервиса для совместной реализации кредитруемых бизнес-проектов «Wikibank» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.wikibank.i24.by>. – Дата доступа : 26.06.2016.

УДК 336.64

Н. П. Толстенок (kafedra.97@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ОБОСНОВАНИЕ СИСТЕМЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ И КЛАССИФИКАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ РИСКОВ

Успех в мире бизнеса решающим образом зависит от правильности обоснованности выбранной стратегии хозяйственной и предпринимательской деятельности. Поэтому проблема количественной и качественной оценки экономических рисков ввиду возможности больших потерь при реализации финансовой, производственно-хозяйственной, инвестиционной, инновационной, управленческой и других видов деятельности является актуальной.

Success in the business world is critically dependent on accuracy of the validity of the chosen strategy of economic and business activity. Therefore, the problem of quantitative and qualitative evaluation of economic risks due to the possibility of large losses in the implementation of financial, industrial and economic, investment, innovation, management and other activities is relevant.

Ключевые слова: ведомственный контроль; мониторинг; предпринимательские риски; анализ; финансовые риски; маркетинговые риски; операционные риски.

Key words: departmental control; monitoring business risks; analysis; financial risks; marketing risks; operational risks.

Хозяйственная деятельность субъектов хозяйствования в ее любом виде сопряжена с многочисленными рисками. Возрастание степени влияния рисков на результат деятельности организации связано с расширением сферы хозяйственных отношений, появлением новых финансовых технологий и инструментов.

Мировая экономическая наука представляет классическую и неоклассическую теории предпринимательского риска. Все исследователи предпринимательства подчеркивают важнейшую его черту – наличие риска на стадии как создания собственного дела, так и дальнейшего функционирования предприятия.

Классическая теория предпринимательского риска, у истоков которой стояли Дж. Милль и И. У. Сениор, отождествляет риск с математическим ожиданием потерь из-за выбора того или иного решения, т. е. риск представляет собой ущерб вследствие осуществления данного решения. Такой односторонний и узкий подход толкования сущности риска вызывает, конечно, определенное неприятие.

В 30-е годы XX в. экономисты А. Маршал и А. Пигу разработали основы неоклассической теории предпринимательского риска, суть которой заключается в том, что предприниматель, отдавая предпочтения одному из альтернативных решений, должен руководствоваться двумя критериями: величиной ожидаемой прибыли и размерами ее возможных колебаний вокруг среднего значения.

Однако такой подход не учитывает фактора личного отношения предпринимателя к риску, на это обратил внимание Дж. М. Кейнс, он же пишет об «издержках риска» и их покрытии и считает целесообразным учитывать в экономических процессах три основных вида рисков: риск предпринимателя или заемщика, риск кредитора и риск, связанный с возможным уменьшением ценности денежной единицы.

Анализ экономической литературы, посвященной проблеме риска, показывает, что среди исследователей нет единого мнения относительно определения предпринимательского риска. В настоящее время нет однозначного понимания сущности риска. Это объясняется, в частности, многоаспектностью этого явления.

Кроме того, риск – это сложное явление, имеющее множество несовпадающих, а иногда противоположных реальных основ. Это обуславливает возможность существования нескольких определений риска с разных точек зрения.

Рассмотрим некоторые существующие подходы к пониманию категории «риск».

Происхождение термина «риск» восходит к греческим словам *ridsikon*, *ridsa* – утес, скала.

В итальянском языке *risiko* – опасность, угроза; *risicare* – лавировать между скал. Во французском *risque* – угроза, рисковать (буквально объезжать утес, скалу).

В Словаре Вебстера «риск» определяется как «опасность, возможность убытка или ущерба».

В Словаре русского языка С. И. Ожегова «риск» определяется как «опасность, возможность опасности» или как «действие наудачу в надежде на счастливый исход».

Как показывает анализ, в литературе широко распространено суждение о риске как о возможности опасности или неудаче. Аналогичное положение и в экономической литературе.

Хохлов Н. В. дает следующее определение: «Риск – это вероятность возникновения убытков или недополучения доходов по сравнению с прогнозируемым вариантом» [1].

Грабовый П. Г. отмечает: «Под риском принято понимать вероятность (угрозу) потери предприятием части своих ресурсов, недополучения доходов или появления дополнительных расходов в результате осуществления определенной производственной и финансовой деятельности» [2].

Растринин Л. и Райзберг Б. определяют риск как «ущерб, возможные потери», придерживаясь тем самым классической теории предпринимательского риска.

Лапуста М. Г. под предпринимательским понимает риск, «возникающий при любых видах предпринимательской деятельности, связанных с производством продукции, товаров и услуг, их реализацией; товарно-денежными и финансовыми операциями; коммерцией, а также осуществлением научно-технических проектов» [3].

Во всех указанных определениях выделяется такая характерная особенность (черта) риска как опасность, возможность неудачи.

Однако приведенные определения не охватывают всего содержания риска.

Таким образом, категорию «риск» можно определить как опасность потенциально возможной, вероятной потери ресурсов или недополучения доходов по сравнению с вариантом, который рассчитан на рациональное использование ресурсов в данном виде предпринимательской деятельности. Другими словами, риск – это угроза того, что организация понесет потери в виде дополнительных расходов или получит доходы ниже тех, на которые она рассчитывала.

Анализ многочисленных определений риска позволяет выявить основные моменты, которые являются характерными для рискованной ситуации, такие как:

- случайный характер события, который определяет, какой из возможных исходов реализуется на практике (наличие неопределенности);
- наличие альтернативных решений;
- известны или можно определить вероятности исходов и ожидаемые результаты;
- вероятность возникновения убытков;
- вероятность получения дополнительной прибыли.

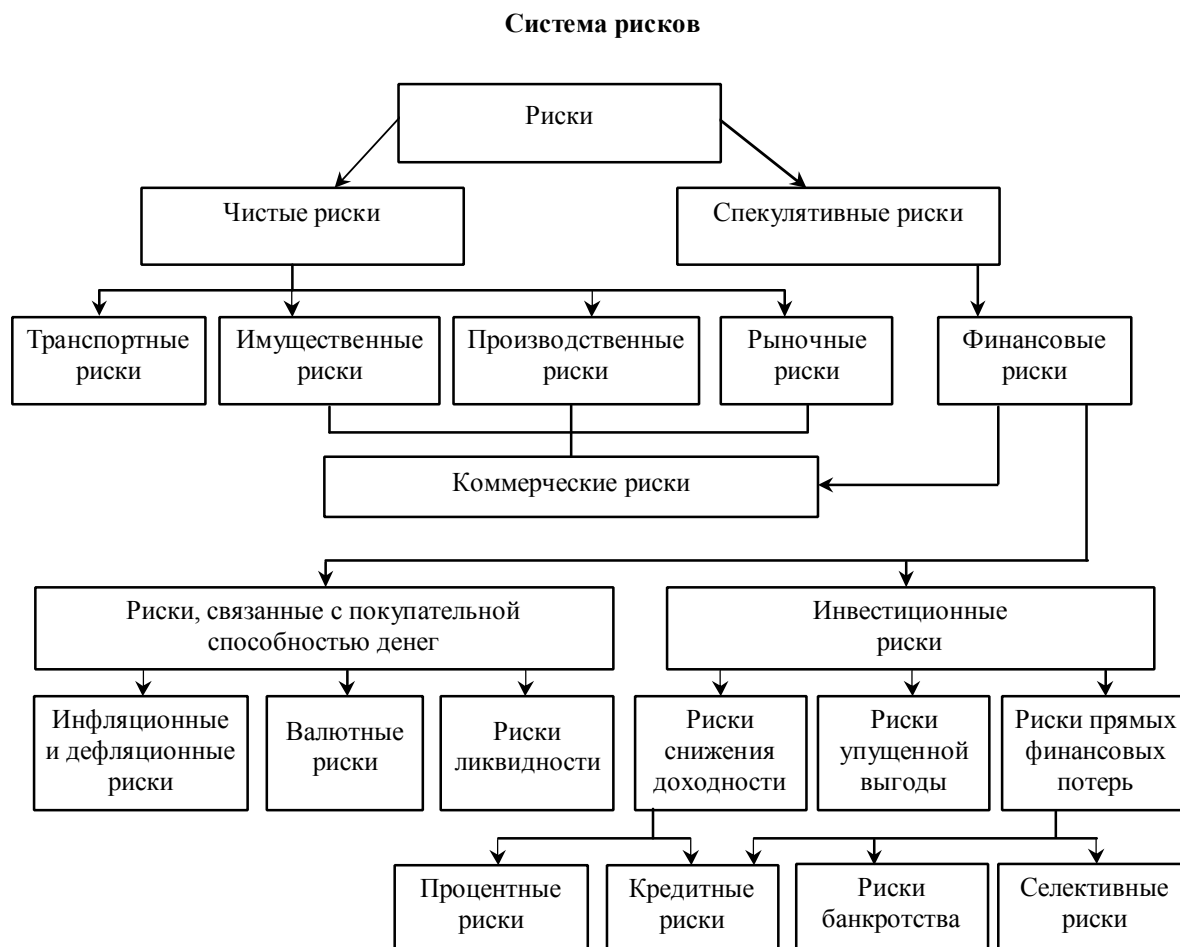
Остановимся на следующем определении риска, которое, на наш взгляд, наиболее полно отражает понятие «риск».

«Риск – это деятельность, связанная с преодолением неопределенности в ситуации неизбежного выбора, в процессе которой имеется возможность количественно и качественно оценить вероятность достижения предполагаемого результата, неудачи и отклонения от цели».

Поскольку главной задачей данного исследования является разработка методики оценки степени рисков, то их классификация по вполне определенным признакам будет вполне полезной при решении поставленной задачи.

Вопросы классификации рисков представляют довольно сложную проблему, что обусловлено их многообразием. На наш взгляд, по характеру последствий риски подразделяются на чистые и спекулятивные. Особенностью чистых рисков (их иногда называют статистическими, или простыми) заключается в том, что они практически всегда несут в себе потери для хозяйственной деятельности. Их причинами могут быть стихийные бедствия, несчастные случаи и др.

Спекулятивные риски, которые называют также динамическими или коммерческими, несут в себе либо потери, либо дополнительную прибыль организации. Их причинами могут быть изменения курсов валют, изменение конъюнктуры рынка, изменение условий инвестиций и др. Наиболее подробная система рисков, представлена на рисунке.



В зависимости от сферы возникновения (сферы деятельности) различают следующие виды рисков:

- производственный риск, связанный с невыполнением предприятием своих планов и обязательств по производству продукции, товаров, услуг, других видов производственной деятельности в результате воздействия как внешней среды, так и внутренних факторов;
- коммерческий риск – это риск потерь в процессе финансово-хозяйственной деятельности, его причинами могут быть снижение объемов реализации, непредвиденное снижение объемов закупок, повышение закупочной цены товаров, повышение расходов на реализацию, потери товара в процессе обращения и др.;
- финансовый риск возникает в связи с невозможностью выполнения организацией своих финансовых обязательств, их причинами являются изменение покупательной способности денег, неосуществление платежей, изменение валютных курсов и т. п.

В зависимости от основной причины возникновения рисков они делятся на следующие категории:

- транспортные риски связаны с перевозками грузов различными видами транспорта;
- имущественные риски – это риски от потери имущества организации по причинам, от нее не зависящим;
- рыночные риски зависят от убытков по причине задержки платежей, непоставки товара, отказа от платежа и т. п.

Большая группа рисков связана с покупательной способностью денег. Сюда относятся:

- инфляционные риски, которые обусловлены обесцениванием реальной покупательной способности денег, при этом организация несет реальные потери;
- дефляционный риск связан с тем, что при росте дефляции падает уровень цен и, следовательно, снижаются доходы;
- валютные риски связаны с изменением валютных курсов, они относятся к спекулятивным рискам, поэтому при потерях одной из сторон в результате изменения валютных курсов другая сторона, как правило, получает дополнительную прибыль и наоборот;
- риск ликвидности связан с потерями при реализации товаров из-за изменения оценки их качеств и потребительской стоимости.

Инвестиционные риски связаны с возможностью недополучения или потери прибыли в ходе реализации инвестиционных проектов, они включают следующие подвиды рисков:

- риск упущенной выгоды заключается в том, что возникает финансовый ущерб в результате неосуществления некоторого мероприятия;
- риск снижения доходности связан с уменьшением размера процентов и дивиденда по портфельным инвестициям; он делится на процентный риск, возникающий в результате превышения процентных ставок, выплачиваемых по привлеченным средствам, над ставками по предоставленным кредитам, и кредитный риск, возникающий в случае невозможности уплаты заемщиком основного долга, причитающихся кредитору;
- селективные риски возникают из-за неправильного формирования видов вложения капитала, вида ценных бумаг для инвестирования;
- риск банкротства связан с полной потерей организацией собственного капитала из-за его неправильного вложения.

По сфере возникновения предпринимательские риски можно подразделить на внешние и внутренние.

К внешним относятся риски, непосредственно не связанные с деятельностью организации. Речь идет о непредвиденных изменениях законодательства, регулирующего финансово-хозяйственную деятельность, инфляции и о других ситуациях. Источником внутренних рисков является сама организация. Эти риски возникают в случае неэффективного менеджмента, ошибочной маркетинговой политики, а также в результате злоупотреблений материально ответственного лица.

Основными среди внутренних рисков является кадровые риски, связанные с профессиональным уровнем и квалификацией сотрудников организации.

С точки зрения длительности во времени предпринимательские риски можно разделить на кратковременные и постоянные. К кратковременным относятся риски, угрожающие организации в течение известного отрезка времени (например, транспортный риск, когда убытки могут возникнуть во время перевозки груза, или риск неплатежа по конкретной сделке).

К постоянным рискам относятся те, которые непрерывно угрожают организации в данном географическом районе или в определенной отрасли экономики.

По степени правомерности могут быть выделены предпринимательские риски оправданный (правомерный) и неоправданный (неправомерный). Возможно, это наиболее важный для предпринимательского риска элемент классификации, имеющий наибольшее практическое значение. Для разграничения оправданного и неоправданного предпринимательских рисков необходимо учесть, в первую очередь, то обстоятельство, что границы между ними в разных видах предпринимательской деятельности и разных секторах экономики различны.

Все предпринимательские риски с учетом возможности страхования можно также разделить на страхуемые и нестрахуемые. Организация может частично переложить риск на другие субъекты экономики, в частности обезопасить себя, осуществив определенные затраты в виде страховых взносов. Таким образом, некоторые виды риска, такие, как риск гибели имущества, риск возникновения пожара, аварий и другие, организация может застраховать.

Страховой риск – вероятное событие или совокупность событий, на случай наступления которых проводится страхование. В зависимости от источника опасности страховые риски под-

разделяются на риски, связанные с проявлением стихийных сил природы, (погодные условия, наводнения и др.) и риски, связанные с целенаправленными действиями человека.

Следует выделить еще две большие группы рисков: статические (простые) и динамические (спекулятивные). Особенность статических рисков заключается в том, что они практически всегда несут в себе потери для финансово-хозяйственной деятельности. При этом потери для организации, как правило, означают и потери для общества в целом.

Статические риски связаны с вероятными потерями вследствие:

- негативного действия на активы организации стихийных бедствий (огня, ураганов и т. п.);
- преступных действий;
- принятия неблагоприятного законодательства для организации (потери связаны с прямым изъятием собственности либо с невозможностью взыскать возмещение с виновника из-за несовершенства законодательства);
- угрозы собственности третьих лиц, что приводит к вынужденному прекращению деятельности основного поставщика или потребителя.

В отличие от статического риска динамический риск несет в себе либо потери, либо прибыль для организации. Поэтому его можно назвать спекулятивным. Кроме того, динамические риски, оборачивающиеся убытками для организации, могут одновременно принести выигрыш обществу в целом. Поэтому динамические риски являются трудными для управления.

Естественно, анализ классификационных признаков, видов и подвидов риска можно продолжить, но это, в основном, приведет к очередному перечислению мнений различных исследователей и специалистов, что не даст ответа на основной вопрос о том, какой подход, какая классификация являются основными, в какой степени она будет способствовать снижению степени риска.

Таким образом, риск как экономическая категория представляет собой событие, которое может произойти или не произойти. В случае совершения такого события возможны три экономических результата: отрицательный (убыток, ущерб, проигрыш), нулевой, положительный (прибыль, выгода, выигрыш).

Список использованной литературы

1. **Хохлов, Н. В.** Управление риском / Н. В. Хохлов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 239 с.
2. **Грабовый, П. Г.** Конкуренция и управление рисками на предприятиях в условиях рынка / Т. П. Цай, П. Г. Грабовый, М. Басам Сайел. – М. : Аланс, 1997. – 288 с.
3. **Лапуста, М. Г.** Предпринимательство : учеб. для студентов вузов, обучающихся по экономическим и управленческим специальностям / М. Г. Лапуста [и др.]. – М. : Инфра-М, 2007. – 667 с.

УДК 657.1:334.735

А. Н. Трофимова (aktivi-anna@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА РАСХОДОВ НА РЕАЛИЗАЦИЮ ТОВАРОВ В ЗАГОТОВИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

В статье на основе изучения отечественного и зарубежного опыта, результатов научного исследования рассмотрены новые подходы к определению экономической сущности и классификации расходов заготовительных организаций, применение в учете и овладение механизмом их управления.

The paper based on the study of literary sources, domestic and foreign experience and research the problems of economic essence implementation costs of goods blanks applying the appropriate classification for the management and direction of their improvement.

Ключевые слова: расходы; затраты; издержки; доходы; товары; классификация; учет; управление.

Key words: expenditure; expenses; costs; revenues; commodities; classification; accounting; management.

Актуальные проблемы учета расходов на реализацию товаров в заготовительной отрасли, их теоретическая и практическая значимость, недостаточная разработанность в экономической литературе и нормативных документах, регулирующих деятельность субъектов хозяйствования Республики Беларусь, и необходимость адаптации существующих методик их учета к потребностям развития отечественной экономики и отраслевым особенностям организаций потребительской кооперации определили актуальность данной статьи и круг рассматриваемых вопросов.

Результаты исследования позволяют сделать вывод о том, что в отечественной экономической литературе, в нормативно-правовых актах Республики Беларусь, в зарубежной теории и практике нет единого мнения относительно трактовки понятия «расходы». Наряду с этим в качестве синонима понятия «расходы» часто используются термины «затраты» и «издержки». Следует отметить, что их экономическое содержание имеет не только много общего, но и различия. Различия в содержании данных категорий обусловлены целями, для которых они используются в учете, анализе и управлении.

По мнению ряда ученых-экономистов, понятия «затраты» и «расходы» объединяет то, что и то, и другое сопровождается выбытием активов или возникновением долговых обязательств. Но причины, которые приводят к этому, различные. Затраты возникают в момент приобретения организацией товаров, работ и услуг сторонних организаций (отопление, освещение), а также при расчетах с персоналом по оплате труда, социальным и другим обязательствам. Процесс возникновения связан с выплатой денежных средств, другого имущества, ростом долговых обязательств. Но при этом для затрат не характерно уменьшение экономических выгод организации (в виде уменьшения активов или увеличения обязательств). При возникновении затрат один актив (который используется для оплаты) выбывает из организации (или увеличиваются долговые обязательства – кредиторская задолженность), но при этом организация получает на ту же сумму другой актив или услугу. Возникновение затрат сопряжено с выплатой денежных средств или уменьшением дебиторской задолженности и увеличением кредиторской задолженности.

По мнению автора, затраты на закупку сельскохозяйственной продукции заготовительными организациями потребительской кооперации (товаров заготовок) имеют место на различных стадиях создания продукта: при заготовлении (приобретении), длительном их хранении и реализации. Они подразделяются на индивидуальные, накопленные и агрегированные. Индивидуальные затраты – стоимостная оценка потребленных ресурсов на одной отдельной операции, такой как закупка сельскохозяйственной продукции и сырья. Затраты, накопленные в пределах одного вида товаров заготовок на нескольких торгово-закупочных операциях, составляют себестоимость товаров заготовок. Агрегированные затраты – себестоимость, исчисленная для реализации сельскохозяйственной продукции. Затраты могут быть отнесены в активы или списаны как расходы отчетного периода.

Индивидуальные затраты на закупку сельскохозяйственной продукции, обещающие будущие выгоды, в конце отчетного периода капитализируются в такие активы, как товары заготовок. По мере перехода права собственности на товары заготовок к покупателям, их себестоимость списывается в расходы отчетного периода.

Затраты на организацию управления и затраты на реализацию товаров заготовок (доведение до потребителей) не капитализируются в активы, а списываются в расходы отчетного периода.

Однако далеко не всегда выплаты денежных средств, уменьшение дебиторской задолженности и увеличение кредиторской задолженности приводят к возникновению затрат. Факты хозяйственной жизни не образуют затрат, если в результате их последствий организация не приобретает экономических выгод (погашение кредиторской задолженности предшествующих периодов, по договорам комиссии, выплаченные штрафы, пеня).

Подход современных экономистов к понятию «издержки» основан на определении издержек и их видов с точки зрения влияния на объем реализации. Этот подход учитывает дефицит применяемых ресурсов и возможности их альтернативного использования. Как считает Р. М. Нуриев, все издержки представляют собой альтернативные (или вмененные) издержки. Он делает вывод, что экономические, или вмененные, издержки любого ресурса, выбранного для производства товара, равны его стоимости или ценности при наилучшем из всех возможных вариантов использования. Таким образом, издержки одного блага, выраженные в другом

блага, которым пришлось пренебречь (пожертвовать), называются альтернативными издержками, издержками неиспользованных возможностей, или вмененными издержками [1, с. 21].

В бухгалтерском учете применяется и такая категория, как «расходь». С экономической точки зрения расходом считается любое выбытие средств из распоряжения организации, т. е. уменьшение активов. В Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов организации, утвержденной постановлением Министерства финансов Республики Беларусь 30 сентября 2011 г. № 102, дано следующее определение: «расходы – уменьшение экономических выгод в течение отчетного периода путем уменьшения активов или увеличения обязательств, ведущее к уменьшению собственного капитала организации, не связанному с его передачей собственнику имущества, распределением между учредителями (участниками)». Причем затраты, приводящие к получению в будущем экономических выгод, считаются активами организации и признаются расходами в период получения от них экономической выгоды. Затраты, не приводящие к получению экономических выгод, признаются расходами организации в период осуществления данных затрат [2].

Международные стандарты финансовой отчетности расходы рассматривают как категорию, являющуюся подчиненной категории активов и обязательств. Это связано с тем, что расходы, как и доходы, привязываются к определенному отчетному периоду, формируя тем самым финансовый результат данного периода (прибыль или убыток), и тем самым выступают фактором сокращения капитала, который, в свою очередь, определяется как результат вычитания из активов организации всех ее обязательств. В соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности под расходами понимается уменьшение экономических выгод за отчетный период в форме оттока активов или увеличения обязательств, что выражается в сокращении капитала, не связанном с выплатами участникам капитала. Иными словами, если изменение величины активов или обязательств прямо отражается на величине капитала, что обусловлено операцией с собственниками организации как таковыми, то организация получила доход или понесла расход [3, с. 171].

На рисунке 1 представлена взаимосвязь рассматриваемых категорий в заготовительной отрасли.



Рисунок 1 – Взаимосвязь экономических категорий «затрать», «издержки», «расходь»

В составе расходов выделяются расходы по текущей деятельности и убытки. Если расходы по текущей деятельности, это, как правило, расходы продуктивные, т. е. принесшие доход (себестоимость проданных товаров заготовок, расходы на оплату труда, амортизация основных средств и нематериальных активов), то убытки, по большей части, обусловлены потерями в связи со стихийными бедствиями, неблагоприятными рыночными или другими внешними условиями. Расходы принимают форму оттока активов (например, при списании реализованных товаров или иного имущества) или прироста обязательств (при начислении расходов по оплате услуг).

Начисление расходов (признание обязательств) не означает одновременного признания расходов, т. е. возникновения отрицательного фактора прибыли. Начисленные проценты за кредит могут быть включены в стоимость основных средств и, таким образом, стать расходами в момент их продажи или по мере амортизации соответствующих объектов. Однако некоторые

затраты, например, относящиеся к управленческим, не являющиеся распределяемыми, по окончании отчетного периода всегда включаются в расходы.

Одним из видов расходов в заготовительной отрасли являются расходы на реализацию товаров заготовок.

Расходы на реализацию товаров заготовительной отрасли – выраженные в денежной форме затраты ресурсов на их приобретение, кроме оплаты их закупочной стоимости, на их длительное хранение, поддержанию ассортимента, удовлетворению спроса потребителей и управлению.

Исходя из вышеизложенного, следует, что главное отличие расходов на реализацию от себестоимости закупок заключается в том, что в затратах заготовительной отрасли отсутствует стоимость закупаемых товаров заготовок, она просто сохраняется. Это вытекает из особенностей кругооборота ресурсов в сфере обращения, имеющего форму «деньги – товар – деньги». В ней происходит закупка уже произведенных сельскохозяйственных продуктов и осуществляются дополнительные затраты на доведение их до потребителей. Кроме того, в своей основе все указанные понятия означают одно и то же: это затраты организации, связанные с выполнением определенных операций по осуществлению основного вида деятельности – торгово-закупочной или заготовительно-производственной.

По мнению автора, расходы на реализацию товаров заготовок представляют собой общественно необходимые затраты материальных, трудовых и финансовых ресурсов, обеспечивающие выполнение торгово-заготовительной организацией своих функций и задач по приобретению товаров заготовок (кроме оплаты их закупочной стоимости), длительному хранению и реализации. В состав расходов на реализацию не включают расходы и потери, не связанные с реализацией товаров заготовок и вызванные перераспределением ресурсов между субъектами хозяйствования (штрафы, пеня, неустойки по хозяйственным договорам и другие затраты, учитываемые в составе прочих расходов).

По своему составу расходы на реализацию товаров заготовительных организаций весьма неоднородны, поэтому для более глубокого изучения их сущности, планирования, учета, контроля и обеспечения возможности управлять ими разработана система классификации. Выбор классификации затрат обусловлен целью и задачами управления ими. При классификации расходов на реализацию придерживаются следующего принципа: разные классификации расходов для разных целей управления. Классификация позволяет обеспечить научную организацию синтетического и аналитического учета расходов на реализацию.

В отечественной литературе рассматривается ряд классификаций расходов на реализацию, которые позволяют раскрыть их экономическую сущность (рисунок 2).

Рассмотрим классификацию подробнее:

1. По назначению:

- Чистые, связанные только с процессом купли-продажи товаров заготовок. Они не изменяют стоимости товаров, к ним относят расходы на реализацию товаров и управленческие расходы.

- Дополнительные. К ним относят расходы, связанные с продолжением (завершением) производственных функций в сфере товарного обращения. Это расходы по транспортировке, сортировке, упаковке, фасовке товаров заготовок, осуществляемые заготовительной организацией. Данные расходы включаются в покупную стоимость товаров.

2. По способу распределения по видам деятельности:

- Прямые (расходы, которые непосредственно связаны с закупкой сельскохозяйственной продукции и непосредственно могут быть отнесены на конкретный вид продукции (товаров заготовок)).

- Комплексные (расходы, относящиеся к деятельности многоотраслевой организации в целом, т. е. не могут быть отнесены на конкретный вид деятельности, например, расходы по содержанию аппарата управления).

3. По изменению абсолютной величины при изменении объемных показателей:

- Условно-постоянные. В обычных условиях не зависят от выручки от реализации товаров заготовок, т. е. абсолютная сумма остается без изменений, а уровень расходов находится в обратной пропорциональной зависимости.

- Условно-переменные, как правило увеличиваются (уменьшаются) при росте (снижении) выручки, т. е. находятся в прямой от нее зависимости.

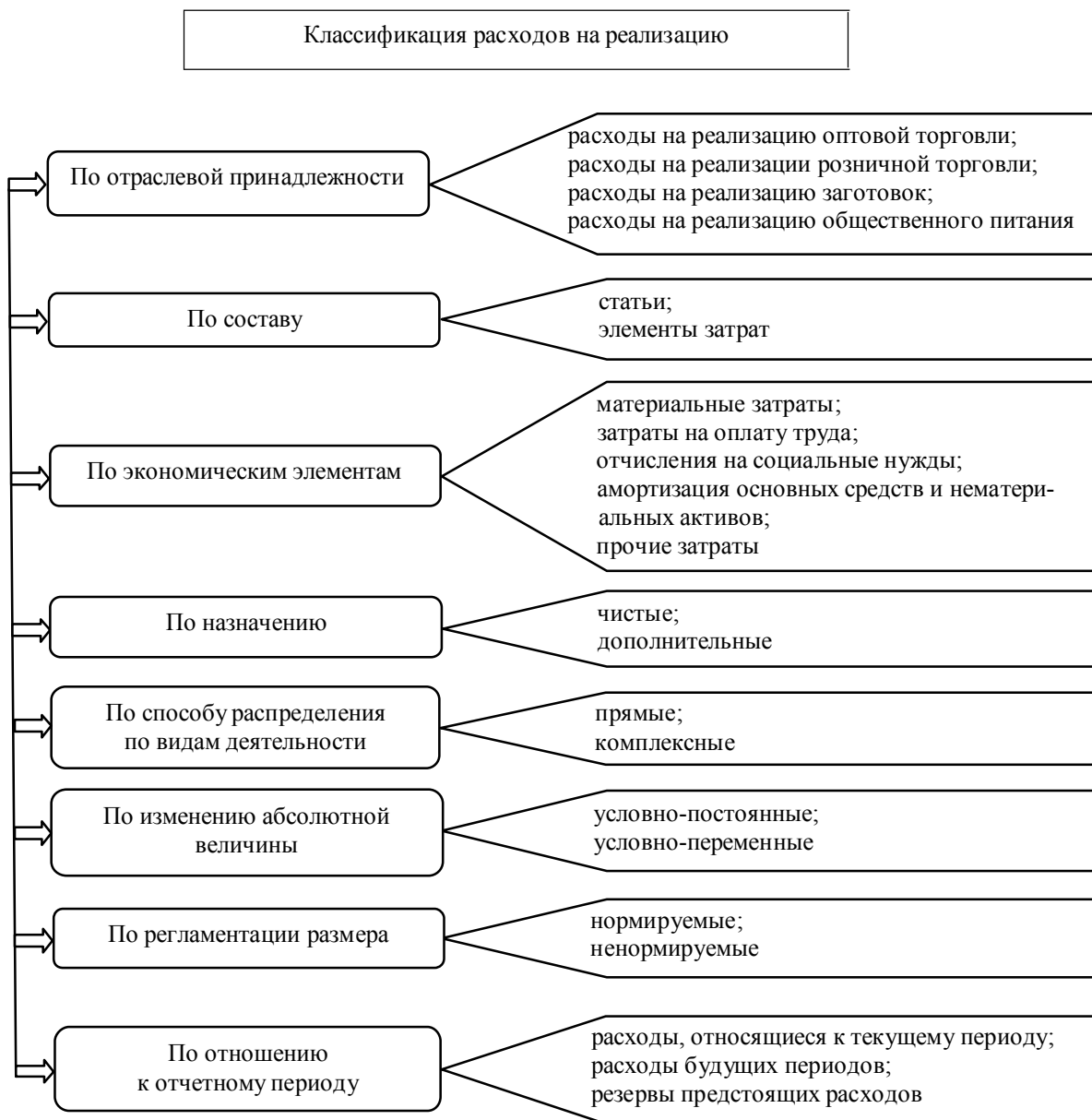


Рисунок 2 – Классификация расходов на реализацию товаров

К условно-переменным относят транспортные расходы, естественную убыль товаров заготовок, затраты на оплату труда заготовителей, работающих по сдельно-премиальной системе оплаты труда и др. К условно-постоянным относят амортизацию основных средств и нематериальных активов, расходы на ремонт основных средств, затраты на оплату труда при повременной системе оплаты труда и др.

4. По регламентации размера:

- Нормируемые.
- Ненормируемые.

К нормируемым расходам относят командировочные расходы, расходы на списание естественной убыли товаров заготовок, расходы на топливно-энергетические ресурсы, отчисления на подготовку кадров, экологический налог, амортизацию основных средств и нематериальных активов с учетом выбранных способов и методов ее начисления, ставки налога на землю и налога на недвижимость.

5. По отношению к отчетному периоду:

- Расходы, относящиеся к текущему периоду.
- Расходы будущих периодов, т. е. начисленные или оплаченные в отчетном периоде, но произведенные в счет получения доходов или обеспечения устойчивой работы в будущем. По

мере поступления доходов или при наступлении периодов, к которым они относятся, эти расходы ежемесячно равными частями списываются на расходы на реализацию (платежи по страхованию ценностей, оплата отпусков, приходящихся на следующие месяцы).

- Резервы предстоящих расходов. Начислением резервов обеспечивается равномерность включения предстоящих расходов в расходы на реализацию и создание источника их покрытия. Резервы создаются на оплату отпусков, на списание естественной убыли товаров заготовок и др.

Группировка расходов на реализацию по различным классификационным признакам необходима для целей составления отчетности, управления, налогообложения и проведения текущего и прогнозного анализа. Правильно выполненные группировки расходов на реализацию позволяют выявить закономерности их изменения и дать объективную оценку результативности принятых управленческих решений.

Бухгалтерский учет расходов на реализацию товаров заготовок призван обеспечить их объективное отражение на счетах бухгалтерского учета, правильное распределение по статьям и периодам, своевременное предоставление информации для контроля общей суммы и уровня расходов с целью принятия обоснованных управленческих решений. Синтетический учет расходов на реализацию товаров в организациях потребительской кооперации ведут на счете 44 «Расходы на реализацию», субсчетах в соответствии с Рабочим планом счетов бухгалтерского учета организаций потребительской кооперации Республики Беларусь [4].

Счет 44 «Расходы на реализацию» предназначен для учета текущих затрат, отражаемых в составе краткосрочных активов, по отношению к балансу – активный, по назначению – дополнительный к счету 41 «Товары». Данный счет предназначен для уточнения оценки покупных товаров. Ученные на нем дополнительные расходы увеличивают покупную стоимость, обеспечивая тем самым формирование фактической себестоимости товаров. Сальдо по счету отражает сумму расходов по приобретению товаров, приходящихся на их остаток. По дебету счета учитывают текущие расходы, произведенные в отчетном периоде и признаваемые расходами на реализацию в установленном порядке, а по кредиту счета – операции по уменьшению расходов отчетного периода и списанию расходов на реализацию для формирования финансового результата [4].

Исходя из характеристик данного счета, автор считает его:

- результативным, так как на этом счете сконцентрированы расходы, влияющие самым непосредственным образом на финансовый результат организации;
- материальным, так как на этом счете фиксируются расходы, которые имеют прямое отношение к товарным запасам, и счет, по определению, должен иметь сальдо, которое характеризует расходы на остаток товаров.

Порядок организации расходов на реализацию в потребительской кооперации представлен на рисунке 3.

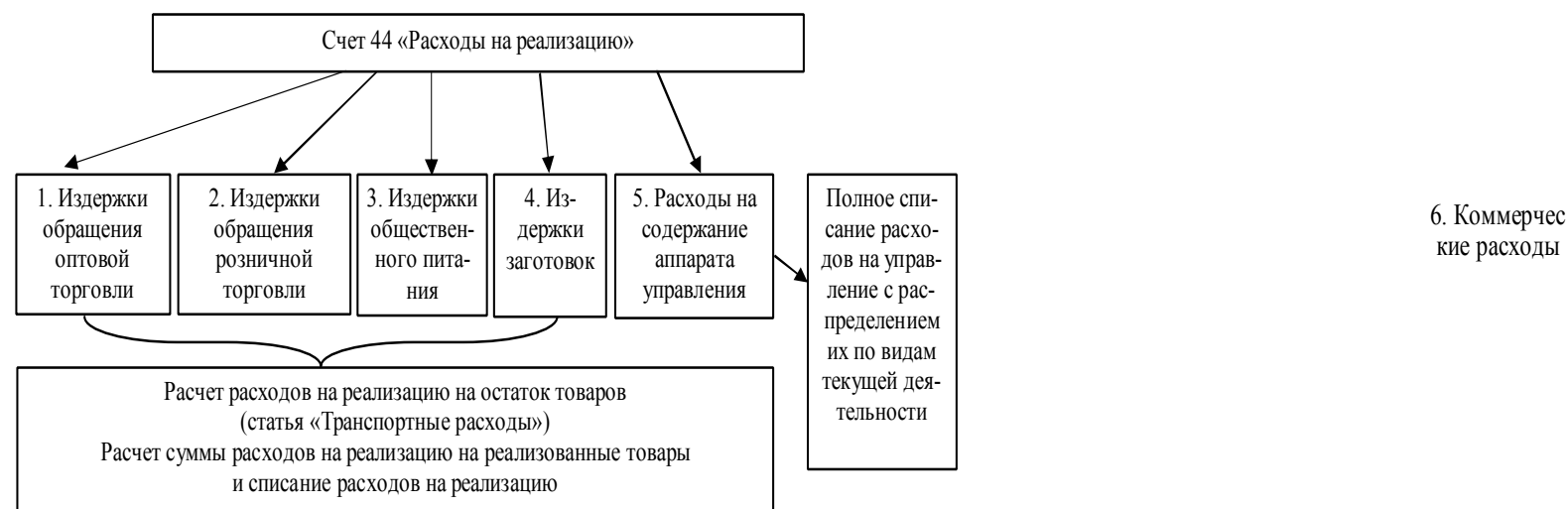


Рисунок 3 – Организация учета расходов на реализацию

На основании проведенного исследования можно сделать вывод, что в отечественной экономической литературе, в нормативно-правовых актах Республики Беларусь, в зарубежной теории и практике нет единого мнения относительно трактовки понятия «расходы», «затраты» и «издержки». Расходы на реализацию товаров заготовок представляют собой общественно необходимые затраты материальных, трудовых и финансовых ресурсов, обеспечивающие выполнение торгово-заготовительной организацией своих функций и задач по приобретению товаров заготовок (кроме оплаты их закупочной стоимости), длительному хранению и реализации. Классификации расходов на реализацию ориентированы на задачи их учета, планирования, управления и экономического анализа. Возникает необходимость расширения классификационных группировок с целью эффективного их управления. Бухгалтерский учет расходов на реализацию должен быть построен так, чтобы по его данным можно было определить валовую прибыль, изучить целесообразность и эффективность каждой совершаемой хозяйственной операции.

Глубокое понимание сущности расходов на реализацию товаров позволяет овладеть механизмом их управления и, следовательно, механизмом регулирования финансовых результатов хозяйственной деятельности заготовительных и иных организаций.

Список использованной литературы

1. **Нуриев, Р. М.** Курс микроэкономики : учеб. для вузов / Р. М. Нуриев. – М. : НОРМА, 2002. – 583 с.
2. **Инструкция** по бухгалтерскому учету доходов и расходов : утв. постановлением М-ва экономики Респ. Беларусь от 30 сент. 2011 г. № 102 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.
3. **Пятов, М. Л.** Концептуальные основы международных стандартов финансовой отчетности / М. Л. Пятов, И. А. Смирнова. – М. : 1-С Паблишинг, 2008. – 199 с.
4. **Рабочий** план счетов бухгалтерского учета организаций потребительской кооперации Республики Беларусь и методические указания по применению рабочего плана счетов бухгалтерского учета организаций потребительской кооперации Республики Беларусь : утв. постановлением Правления Белкоопсоюза от 12 янв. 2012 г. № 10. – Минск : Белкоопсоюз, 2012.

УДК 338.23:336

Е. М. Чернюк (e.chernjuk@mail.ru),
ст. преподаватель

И. Н. Новикова (innes52@mail.ru),
ст. преподаватель

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ФИНАНСАМИ ОРГАНИЗАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Современные условия хозяйствования актуализируют интерес к новым подходам к управлению финансами, среди которых финансовое планирование и принятие эффективных управленческих решений приобретают особое значение. В статье рассмотрены проблемы и перспективы развития элементов управления финансами организаций в современных экономических условиях.

Modern conditions of managing raise the interest in new approaches of financial management, including financial planning and effective decision-making are of particular importance. The article considers the problems and prospects of development of the elements of Finance organizations in today's economic conditions.

Ключевые слова: система управления финансами, финансовое прогнозирование, финансовое планирование, финансовый анализ, финансовые потоки, инвестиции.

Key words: financial management system, financial forecasting, financial planning, financial analysis, financial flows, investments.

Современные условия развития экономики Республики Беларусь существенно усложняют процесс финансового планирования и повышают его значимость для управления предпринимательской деятельностью. Руководители организаций и владельцы мелкого бизнеса отмечают, что происходит смещение приоритета с чисто производственного планирования на стратегическое, которое является составной частью всеобъемлющего понятия «менеджмент».

Следует отметить, что повышается востребованность изучения подходов современного управления финансами у руководителей организаций разных масштабов. В настоящее время появляется множество публикаций, посвященных стратегическому менеджменту. Зачастую читатели просто «тонут» в море информации, поскольку тяжело выделить главное, даже имея не только общее представление о данной проблеме, но и сталкиваясь с ней на практике. Большинство переводных публикаций, появившихся в последние годы, вносят значительный вклад в отечественную теорию и практику, но далеко не всегда могут быть полностью применены в работе отечественных субъектов предпринимательской деятельности: слишком силен разрыв в идеологии построения экономики западного, рыночного, типа и действующей в настоящее время в Беларуси.

Практика управления финансами на уровне организации менее ориентирована на решение точных вопросов, чем вопросов получения прибыли и снижения риска. Риск и состояние неопределенности непосредственно связаны между собой: наиболее рискованные ситуации возникают при нехватке или полном отсутствии информации, т. е. при максимальном уровне неопределенности.

Аналитическая обработка финансовой информации является существенным элементом управления финансами. Это характерно как для западной, так и для отечественной экономики. Практически все пользователи финансовых отчетов организаций используют результаты финансового анализа для принятия решений по оптимизации своих интересов [1, с. 142].

Если анализ финансового состояния организации является основой, базисом управления финансами, то финансовое планирование с полным основанием можно назвать стержнем. И финансовый анализ, и финансовое планирование выступают в тесной взаимосвязи: только на основе критического разбора деятельности организации в предшествующие месяцы и годы можно планировать ее дальнейшее развитие.

Отсутствие четкого представления у руководства о финансовом состоянии организации приводит порой к плачевным результатам: организация может лишиться собственных оборотных средств, вложив их в сырье и материалы, выпустив продукцию и не продав ее. В результате и появляется хорошо знакомая производственникам картина затоваренных готовой продукцией складов. Таким образом, планирование поступления денежных средств на счета организации является краеугольным камнем управления финансами.

Управление финансами организации подразумевает не только отслеживание финансовых потоков субъекта хозяйствования. В мировой практике принято различать несколько блоков, из которых и строится вся система менеджмента организации.

Во-первых, это постоянно действующая система анализа финансового состояния организации и результатов ее деятельности.

Во-вторых, это система оперативного контроля за финансовым состоянием организации. Если руководитель не ориентируется в финансовой жизни своего бизнеса, неизбежно последует принятие решений, которые на практике окажутся неверными и нанесут ущерб организации вместо получения ею прибыли.

В-третьих, это система планирования деятельности и прогнозирования развития организации.

В-четвертых, это система управленческого учета в организации, т. е. создание условий и требований, при которых вся информация, необходимая руководству для принятия управленческих решений, поступает в том виде и в те сроки, когда это необходимо.

Построение системы управления финансами субъектов предпринимательской деятельности, несмотря на все связанные с этим сложности, является объективной необходимостью для нашего времени. Собственники бизнеса, будь то государство или акционеры, ставят весьма жесткое и оправданное требование: работа организации должна быть прибыльной. Одним из основных условий прибыльности работы организации является полный контроль руководства организации над ее финансовыми потоками, их планирование и прогнозирование хотя бы на квартал вперед [2, с. 413].

Зачастую работа финансовых служб отдельных организаций в этой области напоминает латание старого: финансовые службы оказываются неспособными предусмотреть возникнове-

ния в ближайшей перспективе негативных для организации событий, и все их действия направлены на ликвидацию уже нанесенного этим событием ущерба. Даже если в результате внедрения такой системы не будет допущено хотя бы половины таких негативных событий, то затраты уже будут оправданы.

Помимо этого, еще одна из наиболее важных для отечественных организаций задач – создание системы управления финансами на уровне мировых стандартов. На сегодняшний день активную работу по привлечению внешних инвестиций ведут более ста стран. Россия с ее огромными запасами полезных ископаемых, делающими ее крайне привлекательной для зарубежных инвесторов, рассчитывает на 10%-ную долю от мировых инвестиций. К сожалению, Беларусь не может похвастаться огромными запасами нефти, газа и т. д. В нашем активе выгодное географическое положение и квалифицированная дешевая рабочая сила. Но надо учесть, что западный инвестор при всех прочих равных условиях будет отдавать предпочтение тому субъекту, который работает по правилам, близким ему.

Если в организации нет налаженной системы управления финансами как таковой, если руководство организации окажется неспособным полностью контролировать все финансовые потоки, если у него нет четкого понимания конечной цели всей деятельности субъекта хозяйствования, то инвестор вложит свои деньги в другой проект в другой стране, даже если там нет квалифицированной рабочей силы и менее выгодное географическое положение.

Это же относится и к внутренним инвесторам: если руководство организации не сможет убедительно показать привлекательность своего проекта, инвестор предпочтет вывезти капитал за границу, вложив его в экономику другой страны, или воспользуется услугами фондового рынка.

Главной особенностью системы управления финансами является то, что его нельзя оценивать как какую-то разовую акцию. Управление финансами организации – процесс непрерывный и требующий постоянного контроля со стороны руководства. От правильности его построения будет во многом зависеть, выживет организация в крайне непростых условиях рынка, выйдет ли в разряд успешных или разорится.

Многолетний опыт работы показывает, что едва ли существуют такие периоды в жизни организации, когда руководителю было бы неважно, сколько у него средств в банке или сколько организации должны заказчики либо она должна поставщикам. Западные финансисты пришли к выводу, чтобы владелец был способен управлять работой организации, он должен использовать систему управления финансами.

Практика управления финансами менее ориентирована на решение точных вопросов, чем на вопросы получения прибыли и снижения риска. Риск и состояние неопределенности непосредственно связаны между собой: наиболее рискованные ситуации возникают при нехватке или полном отсутствии информации, т. е. при максимальном уровне неопределенности.

Прежде чем начать планирование, необходимо точно определить, какова наличность и прибыль организации в данный момент, и соотнести результаты предшествующей работы организации с ее нынешним состоянием.

В настоящее время усиливается актуальность проведения финансового анализа, который является элементом управления финансами. Это характерно как для крупного бизнеса, так и для среднего и мелкого бизнеса. Все пользователи финансовой отчетности применяют результаты финансового анализа. Согласно мировой практике, компании проводят такой анализ самостоятельно (существует комплекс финансовых программ) или прибегают к услугам фирм-консультантов, специализирующихся на оказании такого рода услуг.

Собственники анализируют финансовые отчеты для повышения доходности капитала, обеспечения стабильности организации. Кредиторы и инвесторы анализируют финансовые отчеты, чтобы минимизировать свои риски по займам и вкладам. Можно твердо говорить, что качество принимаемых решений целиком зависит от качества его аналитического обоснования.

Большинство владельцев руководят работой своих организаций, не зная заранее, на какие показатели они выйдут. Однако имеется такое средство, как корпоративное (комплексное) планирование, которое является систематизированным способом определения целей субъекта хозяйствования на предстоящий период (т. е. в каком направлении хочет развивать свой бизнес владелец и чего он хочет достичь), а также стратегии и планов достижения этих целей.

Финансовый план является инструментом средне- и долгосрочного планирования, в то время как для краткосрочного планирования таким инструментом является бюджет организации. С определенной долей уверенности можно говорить о том, что для небольших организаций наиболее оптимальным вариантом работы является проведение именно краткосрочного

планирования, т. е. разработка бюджетов субъекта хозяйствования. Следует отметить, что подобные бюджеты, как правило, отличаются высокой гибкостью и у организации имеется возможность оперативно, по мере необходимости, при изменении внутренних и внешних условий корректировать свою финансовую политику.

Однако это не означает, что краткосрочное финансовое планирование – удел только малого бизнеса. Это в полной мере относится к средним и крупным организациям. При этом в крупных организациях краткосрочное планирование должно быть тесно взаимосвязано с планированием на более длительный период. Это тактика и стратегия финансовой жизни организации.

Работа по формированию финансовых планов и бюджетов субъектов хозяйствования несет в себе много черт финансового прогнозирования.

В самой примитивной форме финансовый прогноз присутствует в любой организации, даже той, где о системе управления финансами даже не задумываются. Уже сам факт признания на какой-либо будущий период, к примеру, действующей налоговой базы можно с полным основанием отнести к системе финансового прогнозирования.

Цель же полноценного финансового прогнозирования значительно шире: оно служит для разработки основных направлений финансовой политики организации на тот или иной период. Это может быть и краткосрочное планирование деятельности, а может быть и более долгосрочной – три, пять, двадцать пять лет. Все зависит от конкретных целей, которые ставятся руководством организации перед финансовой службой.

Основой для прогнозирования станет информация о внешних источниках влияния (рынок), а также сведения о сильных и слабых сторонах самой организации. Таким образом, нужно собрать такую полезную информацию, чтобы ее можно было получить и использовать в любой момент.

Существенным недостатком в деятельности многих белорусских организаций является то, что их руководство далеко не всегда контролирует всю финансовую сферу ее деятельности. И это беда не только государственных организаций, система управления которыми строилась десятилетиями в условиях плановой экономики. Это относится и ко вновь созданным негосударственным организациям, которые появились в последние годы.

Как показывает опыт большинства организаций, существует возможность получить значительные дополнительные средства за счет сокращения дебиторской задолженности, управления кредиторской задолженностью, сокращения непроизводственного потребления, жесткого контроля и учета затрат, проведения взвешенной инвестиционной политики, внедрения быстро окупаемых энергосберегающих технологий.

Наиболее оптимальным инструментом для создания механизма оперативного реагирования на внешние изменения является компьютерная модель (среднесрочный финансовый план) организации, которая может быть использована для решения двух основных задач:

1. Создание производственно-финансового плана организации как основы для деятельности. В данном случае определяется осуществимость плановых производственных показателей с точки зрения финансовой состоятельности, т. е. как относятся технологические возможности организации с ее финансовыми ресурсами.

При этом стоимостные показатели, условия расчетов с покупателями и поставщиками определяются исходя из сложившейся ситуации на рынке. Кроме того, оцениваются возможности корректировки плановых производственных показателей в связи с изменением ситуации на рынке, появления дополнительных заказов и т. д. В случае недостатка денежных средств определяются объемы и источники дополнительного финансирования.

Результатом является утвержденный производственно-финансовый план, принятый к исполнению, определяющий объемы производства, продаж, условия расчетов, объемы финансирования и т. п.

2. Анализ возможных альтернатив при принятии ключевых управленческих решений (в том числе и при резком изменении рыночного окружения организации). При принятии управленческих решений, оказывающих влияние на финансовые потоки организации, возникает потребность оценить это влияние на эффективность организации в целом. Например, при повышении тарифов на энергоресурсы вносятся соответствующие изменения в модель организации, в кратчайшие сроки можно определить последствия этого для организации и выработать соответствующие меры по корректировке финансового плана. Таким образом, создается «ситуационный» финансовый план, который подтверждает или опровергает предположения, сделанные в ходе анализа последствий управленческих решений.

Примером такого программного продукта являются программы финансового планирования «Альт-Прогноз» и финансового анализа «Альт-Финансы». Данная технология не является дорогостоящей, сроки внедрения ее минимальны, экономический эффект от ее внедрения значительно превышает затраты на внедрение.

Система управления финансами на большинстве организаций крайне громоздка и инертна. Время предоставления информации от низовых структур руководству, принятия им решения и доведения его до сведения низовых структур оказывается зачастую слишком большим. Это не может не сказаться на финансовых результатах деятельности. Необходимо перенять опыт создания «прозрачной», удобной и легко управляемой системы контроля за финансовыми потоками и финансовым состоянием субъекта хозяйствования в целом у зарубежных партнеров и адаптировать его к современным экономическим условиям в Республике Беларусь.

Список использованной литературы

1. **Бочарова, Ю. И.** Корпоративное управление : учеб. для вузов / Ю. И. Бочарова. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 368 с.

2. **Мазурина, Т. Ю.** Финансы организаций (предприятий) : учеб. для вузов / Т. Ю. Мазурина, Л. Г. Скамай, В. С. Гроссу. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 528 с.

УДК 339.5.01

Н. С. Шелег (sheleg_n@bseu.by),
д-р экон. наук, профессор

С. Н. Шелег (sheleg_n@bseu.by)
магистрант

Белорусский государственный
экономический университет
г. Минск, Республика Беларусь

ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ БЕЛАРУСИ: ИСТОРИЯ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ

В статье рассмотрены основные этапы становления и развития внешней торговли Беларуси. Изучены проблемы развития внешней торговли и предложены направления ее развития.

In the article the basic stages of formation and development of foreign trade of Belarus. We studied the problem of foreign trade development and directions of its development.

Ключевые слова: внешняя торговля; внешнеэкономическая деятельность; экспорт; товарооборот.

Key words: foreign trade; foreign trade; export trade.

Внешняя торговля на территории Беларуси существовала еще в древние времена. Из исторических источников известно, что на территории Беларуси люди современного типа появились примерно 35 тыс. лет до нашей эры и жили в родовых общинах. А уже в 4–3 тысячелетии до н.э., в так называемый «бронзовый век», археологи обнаружили бронзовые изделия, включая женские украшения, орудия труда и охоты с бронзовыми наконечниками, которыми обменивались между родовыми общинами.

К 1 тысячелетию до н.э. и 1 тысячелетие н.э. на территории Беларуси, как и Европы в целом, первобытное хозяйство постепенно трансформировалось в феодальное общество. Получило развитие частная собственность, ремесло и торговля сначала между отдельными феодалами-соседами, а затем и между регионами. Появились купцы, которые вывозили с белорусских территорий меха, лен, пеньку, мёд, вяленое и копченое мясо, масло, а ввозили оружие, специи, парфюмерию, ткани, украшения.

Наличие торговых связей территорий современной Беларуси и южных регионов Европы и Азии, где цивилизация зародилась и развивалась активнее, подтверждают археологические находки, в том числе монеты стран Востока. На современной территории Беларуси и Украины частые находки кладов и отдельных римских и арабских серебряных монет подтверждают торговые связи народов, населяющих эти территории (Древняя Русь), и Арабии, а также Римской империи.

По территории Беларуси проходил ряд купеческих торговых путей: Янтарный путь (из Прибалтики в Грецию и Италию), из «варягов в греки» (по Днепру и Западной Двине) и из Московии в Западную Европу.

Следует признать, что внешняя торговля во все времена была весьма прибыльным, но и опасным занятием как на воде (нападали пираты), так и на суше (подстерегали разбойники). Однако наиболее затратным препятствием у купцов были торговые пошлины, которые взимались при пересечении границ различных государств.

Киевская Русь (IX–XII вв.), куда входили и белорусские княжества (Полоцкое, Туровское и др.), активно торговала как с Востоком, так и с Западом. Белорусские купцы доходили до Аравии, Китая и Индии. Вывозились из Беларуси: меха, юфть, лен, полотно, воск, мед, зерно, орехи, кора дуба, кольчуги, ювелирные изделия, мелкий скот и другие товары. А из-за пределов страны ввозились драгоценные камни, шелк, украшения из серебра и золота, ароматические изделия, вино, приправы и т. д.

Беларусь, в XIII–XVIII вв. входила в состав ВКЛ, имела тесные торговые связи с Западной Европой. В это время территория современной Беларуси получила существенное экономическое развитие. Только Радзивиллы открыли в этот период более 20 мануфактур (стеклянную в Налибоках и Уречьи, ткацкую в Слуцке, фаянсовую в Новом Свержане, гобеленов в Мире, Несвиже и Кореличах, мебельную в Планечке и Лохве), которые были обеспечены передовыми технологиями и на них работали известные в своих сферах приглашенные специалисты. Продукцию Беларуси ценили не только в Европе, но и далеко за ее пределами. Во многих странах мира были известны слуцкие ткачихи, специалисты по резьбе по дереву и др.

В это время получило развитие градостроение и строительство дворцово-парковых комплексов. Были построены королевский дворец в Гродно; Радзивиловские замки в Несвиже, Альбе, Дятлове и Чернавчицах; замки Агинских – в Слониме; Сапег – в Ружанах; Хрептовичей – в Щорсах и Бешенковичах; Бутримовичей – в Пинске; Валовичей – в Святске; Хмаровых – в Семково; Лопатинских – в Левонполе. Дворцы были обставлены не только отечественной мебелью и украшениями, но и привозимыми из-за границы богатыми убранствами. Для пиров заказывались в Италии и Испании дорогие вина и экзотические яства.

В конце XVIII в. в результате раздела ВКЛ территория Беларуси вошла в состав России. Беларусь стала западным придатком России. Процесс индустриализации в Беларуси шел медленно, в то время как в России активно развивалась промышленность. Восстание 1863 г. под руководством Тадеуша Костюшко с требованием восстановить ВКЛ весьма настороженно встретили в России и оно было подавлено. Однако мировые процессы, переход от феодализма к капитализму влияли на создание на территории Беларуси вместо мануфактур заводов и фабрик с машинным производством.

Белорусские предприятия вывозили за пределы страны сельскохозяйственные продукты и зерно, кожевенное сырье и лесные материалы, ремесленные изделия. В это же время Россия становилась крупной промышленной страной и вывозила за свои пределы, в основном, готовые промышленные товары и сырье. В Россию завозились (импортировались) приправы, вина, табак.

Большое влияние на хозяйственную жизнь Беларуси, в том числе на внешнеэкономическую деятельность, оказало железнодорожное строительство. Первой вошла в строй в 1862 г. Петербургско-Варшавская магистраль, в 1866 г. – Рижско-Орловская, в 70-е гг. – Московско-Брестская и Либаво-Роменская. В 80-е гг. начали действовать линии «Вильно – Барановичи – Лунинец»; «Гомель – Лунинец – Пинск – Жабинка»; «Барановичи – Слоним – Волковыск – Белосток». Общая протяженность железных дорог в начале XX в. составила 2 837 верст [1].

Однако Беларусь оставалась все еще аграрной страной. С расширением капиталистических форм хозяйствования менялась и структура общества. Феодально-сословное деление теряло свое значение. Шел процесс образования новых социальных групп и классов. Ведущую роль в социально-экономической жизни белорусского общества постепенно занимал слой предпринимателей. Буржуазия росла за счет дворянства и купечества, а также мещан.

С развитием крупной машинной индустрии производство переросло национальные рамки, был создан «мировой капиталистический рынок». В это время возникает зависимость промышленности от внешней торговли. Создаются крупные товарные биржи. В Беларуси до революции были две крупнейшие биржи льна и леса: Минская и Витебская. Однако они находились в зависимости от немецкого капитала.

Во время Первой мировой войны и Великой Октябрьской революции (1916–1918 гг.) внешняя торговля практически отсутствовала.

В Советском Союзе, в состав которого вошла Беларусь, во внешней торговле существовала жесткая государственная монополия. Основу системы составляли мощные внешнеторговые структуры с высокопрофессиональными кадрами. За рубежом была создана разветвленная инфраструктура поддержки внешней торговли, которая включала сервисные центры, склады, представительства. После обретения независимости Республике Беларусь пришлось все создавать с нуля, вырабатывать собственную внешнеторговую политику.

С февраля 1992 г. в Беларуси был введен институт лицензирования во внешнеэкономической деятельности. Объемы внешнеторгового оборота оказались сопоставимы с объемами собственного производства, поэтому лицензии стали получать многие предприятия. В результате либерализации внешнеторговой деятельности в 1994 г. было отменено всеобщее лицензирование в этой сфере, и право заниматься ею получили все субъекты хозяйствования Беларуси, прошедшие государственную регистрацию. Вместе с тем государство сохранило за собой право применять меры тарифного и нетарифного регулирования по особо важным товарным группам, включая институты специализированных экспортеров и импортеров.

В современном мире состояние внешней торговли является показателем уровня развития страны, индикатором ее признания международным сообществом. Большая доля внешнеторгового оборота в ВВП (более 50 %) означает высокую зависимость благосостояния граждан страны от экспорта. Мировая практика также подтверждает, что в условиях становления национального рыночного хозяйства приоритет отдается внешней торговле. Как же она развивалась в Республике Беларусь на протяжении последних десяти-одиннадцати лет, какие тенденции развития экспорта были характерными?

Общий объем международной торговли в стоимостном выражении в Беларуси в 1995 г. составил около 10,4 млрд долл. США, в том числе экспорт – более 4,8 млрд долл. США. Через 20 лет, в 2014 г., объем внешней торговли составил 76,6 млрд долл. США, экспорт – 36,1 млрд долл. США.

Товарооборот в стоимостном выражении за 20 лет вырос на 66,3 млрд долл. США (в 7,4 раза), в то время как оборот услуг – примерно на 11 млрд долл. США (в 9,8 раза). Экспорт товаров за этот же период увеличился более чем на 31,2 млрд долл. США (в 7,6 раза), а услуг – более чем на 5,5 млрд долл. США (в 7,3 раза). В структуре экспорта доля товаров в 1995 г. составляла 83,9%, услуг – 16,1%, в 2014 – 85,7 и 14,3% соответственно. Между тем на мировом рынке товары занимают в среднем 80%, услуги – 20% и наблюдается тенденция опережающего роста услуг [2].

Сальдо торгового баланса на протяжении исследуемого периода оставалось отрицательным, достигнув максимального значения (–9,6 млрд долл. США) в 2010 г. В качестве положительной тенденции следует отметить активный торговый баланс Республики Беларусь в торговле со странами СНГ (исключение составляет Россия) начиная с 2000 г. Что касается сферы услуг, то здесь традиционно экспорт в стоимостном выражении превышал импорт.

За последние 20 лет доля экспорта товаров в ВВП превышала 50 %, что говорит о высокой степени открытости национальной экономики. По основным разделам товарной структуры наибольшая доля экспорта за 2000–2014 гг. наблюдалась в торговле минеральными продуктами (рост с 20% в 2000 г. до 34,4% в 2014 г.) за счет топливных ресурсов (нефть и продукты перегонки). Возросла в экспорте доля химической промышленности (с 11,0% в 2000 г. до 11,8% в 2014 г.), древесины (с 2,4 до 3,6%), продуктов животноводства (с 2,6 до 9,4%), продуктов растительного происхождения (с 0,9 до 1,6%), готовых пищевых продуктов (с 3,2 до 3,9%), жиров (с 0,1 до 0,4%).

По остальным разделам товарной номенклатуры внешней торговли Беларуси произошло уменьшение объемов поставок на экспорт: машин и оборудования (с 10,8 до 7,1%), средств наземного транспорта (с 13,1 до 7,1%), драгоценных металлов и изделий из них (с 7,2 до 6,6%), пластмассовых изделий (с 4,6% до 4,3%), текстильных материалов (с 10,5 до 3,6%), бумаги, картона (с 1,8 до 0,6%), инструментов и аппаратов оптических (с 0,8 до 0,7%), кожи, меха (с 0,7 до 0,2%), транспортных средств (с 13,1 до 7,1%), изделий из камня (с 2,5 до 1,8%), обуви и головных уборов (с 1,3 до 0,6%), инструменты и аппараты (с 1,5 до 1,0%), разные промышленные товары (с 2,4 до 1,9%).

Наибольший удельный вес в экспорте в 2014 г. составляли промежуточные товары (67,8%), наименьший – инвестиционные (10,0%). По всем группам в течение последних 10 лет (2005–2014 гг.) наблюдался рост объемов экспорта в стоимостном выражении, а вот в процентном отношении темпы роста были разными. Так, с 2005 г. до 2014 г. доля промежуточных товаров в объеме экспорт снизилась с 68,4 до 67,8%, инвестиционных товаров – с 12,0 до 9,9%, в

то время как удельный вес потребительских товаров увеличился с 19,0 до 20,6%. Максимальные темпы роста характерны для прочей группы промежуточных товаров. Их доля за 10 лет в общем объеме экспорта выросла с 34,3 до 36,3%.

За 2000–2014 гг. во внешней торговле Республики Беларусь произошли значительные изменения по количественному составу торговых партнеров. Если в 2000 г. были зарегистрированы объемы экспортно-импортных операций со 154 странами мира, то в 2014 г. году количество торговых партнеров увеличилось до 194. 15 лет назад белорусские товары поставлялись на рынки 126 стран, а в 2014 г. продукция отечественного производства была востребована уже практически в 190 государствах.

Основными торговыми партнерами во внешней торговле Беларуси на протяжении последних 15 лет традиционно оставались Россия, Украина, Германия, Латвия, Литва, Польша, Великобритания, Китай, Нидерланды, Италия, Казахстан. На их долю приходилось более 80 % от общего объема экспорта белорусских товаров.

Вместе с тем, структура экспорта в разрезе стран претерпела значительные изменения. Если в 2000 г. удельный вес России в белорусском экспорте достигал 50,6%, то в 2014 г. он составил только 42,1%. За это время выросла доля экспорта в Италию, Великобританию, Германию, Украину, Казахстан, а снизились поставки в Нидерланды, Латвию, Польшу. По другим странам изменения в объемах экспортируемой продукции в процентном отношении не существенные.

Более подробно следовало бы остановиться на торговле сельскохозяйственной продукцией. Продовольственная стратегия всех государств мира направлена на достижение продовольственной безопасности как важнейшего условия сохранения их суверенитета и независимости, экономической стабильности и социальной устойчивости. Экспорт и импорт сельскохозяйственных товаров и продовольствия остаются важнейшими сферами мировой экономики, в которых активное вмешательство государства является основополагающим фактором ценообразования и обмена продукцией, предопределяя высокую степень политизации данного сектора межгосударственных экономических связей. В связи с этим вопросы продовольственного положения и развития сельского хозяйства рассматриваются в качестве приоритетных во многих странах мира. Не является исключением и Беларусь.

Больше всего Республика Беларусь в последние годы экспортировала сахара, молока и сливок сгущенных, а также сыров, творога и мороженой говядины. С 2002 г. по всем товарным позициям (по свинине с 2004 года) наблюдался рост экспортных поставок как в стоимостном, так и в количественном выражении. Это связано с реализацией программ развития перерабатывающей промышленности агропромышленного комплекса, мясной, молочной и сахарной промышленности. Принятые меры позволили сконцентрировать сырьевые потоки в головных перспективных организациях, значительно сократить объемы межзаводских поставок сырья, которые приводили к удорожанию продукции за счет двойного налогообложения.

Быстро меняющаяся структура мирохозяйственных связей и возрастающая роль Беларуси в системе международных экономических отношений объективно подвели к необходимости поиска новых форм присутствия на мировых рынках и методов работы, адекватных современным требованиям международной торговли.

Открытость экономики Беларуси в условиях глобализации усиливает ее зависимость от конъюнктуры внешних рынков, что, естественно, не может не сказаться на формировании национальной внешнеэкономической политики.

В условиях превышения предложения над спросом усилилась конкурентная борьба за зарубежные заказы. Сейчас покупатель диктует условия сделки, и если их не принимать во внимание, можно потерять рынок. Ушли в прошлое и товарообменные операции, широко использовавшиеся отечественными экспортерами в начале и середине 1990-х гг. Поставляя зарубежным партнерам комплектующие, узлы и агрегаты, многие белорусские предприятия тесно вплетены в международное разделение труда. При этом кооперационные связи значительно ужесточают требования к соблюдению условий контрактов.

В целом на фоне либерализации международной торговли все большее значение приобретают требования к соблюдению правил конкурентной борьбы. Белорусским экспортерам при поставках товаров на зарубежные рынки приходится принимать во внимание правила ВТО, так как Россия, главный внешнеэкономический партнер, уже член Всемирной торговой организации (ВТО) с 2013 г. В свою очередь, в Республике Беларусь должны в максимальной мере использовать общепризнанные инструменты торговой политики для защиты интересов национальных производителей.

В настоящее время быстрое развитие экономик многих стран привело к мировому сырьевому и энергетическому голоду, результатом чего явился взрывной рост цен на энергоносители и сырье. Для Республики Беларусь, небогатой этими ресурсами страны, входящей в престижный перечень экономик с наиболее высокими темпами роста, это создало новые вызовы. Чтобы сохранить положительные тенденции социально-экономического развития, в Беларуси были вынуждены искать новые формы работы на мировых рынках.

В связи с этим следует учитывать тот факт, что существенно возросли сами масштабы нашей международной торговли. В 2014 г. внешнеторговый товарооборот Беларуси достиг хорошего уровня в размере 76,6 млрд долл. США (но эта сумма на 16 млрд долл. США меньше чем в 2012 г.). Экспорт товаров составил 36,1 млрд долл. США, а его номенклатура составляет тысячи наименований. Естественно, это также требует новых форм для дальнейшего развития, причем не только экстенсивного плана. Все эти обстоятельства и стали определяющими для формулирования главой государства задачи по ведению наступательной внешнеэкономической деятельности. Прежде всего, она направлена на поиск и развитие наряду с традиционными новых форм продвижения товаров на внешние рынки и расчетов за поставляемую продукцию с иностранными потребителями. При этом долгосрочной целью внешнеэкономической политики Республики Беларусь (в неразрывной связи с экономической политикой в целом) является не только наращивание присутствия на внешних рынках, но также обеспечение его «качества», т. е. наибольшей отдачи от вкладываемых средств.

К числу агрессивных форм внешнеэкономической деятельности относится максимальное приближение товара к месту потребления, что предполагает присутствие белорусских структур на иностранных рынках сбыта. Для этого необходимо ориентировать отечественных производителей на создание собственных субъектов товаропроводящей сети за рубежом, организацию сборочных производств. Такие подходы позволяют в максимальной мере наладить работу «под заказ», довести белорусскую продукцию до конечного потребителя, «встроить» ее поставки в иностранные государственные программы. Республика Беларусь продолжает существенно наращивать белорусское присутствие на зарубежных рынках также за счет совершенствования транспортно-логистических схем традиционных экспортных поставок. Поставка продукции не со склада, а напрямую покупателю позволяет успешно реализовать поручение Главы государства по устранению необоснованного посредничества. Решению этой задачи способствует и неплохо зарекомендовавшая себя организация биржевой торговли. Актуальна также задача активного использования механизма электронной торговли.

Важнейшим инструментом стимулирования экспорта является его финансовое сопровождение, т. е. кредитование, лизинг, страхование. Для развития финансовой поддержки белорусского экспорта формируется эффективный механизм кредитования и страхования экспортных операций – БРУПЭИС «Белэксимгарант».

Самое серьезное внимание в международной торговле необходимо уделить маркетингу, который призван пронизывать все стадии производства – от проектирования изделий до сбыта, включая наступательную рекламу и послепродажное сопровождение. Тот, кто не ждет покупателей, а активно их «вербует», не испытывает затруднений с затовариванием и ростом складских запасов. Предприятия с развитой маркетинговой службой, как правило, добиваются наилучших результатов на внешних рынках [3].

Важным элементом агрессивной внешнеэкономической деятельности является ее информационное обеспечение. Министерство иностранных дел Республики Беларусь совместно с белорусскими загранучреждениями ежеквартально осуществляет подготовку обзоров конъюнктуры рынков отдельных видов продукции, которые содержат анализ ситуации на рынках стран пребывания и прогноз ее развития, информацию об уровне цен и потенциальной емкости рынков, а также предложения по продвижению белорусской продукции за рубеж.

Республика Беларусь в полном объеме использует все основные инструменты внешнеэкономической политики, принятые мировым сообществом, а применение новых наступательных форм работы послужит основой для достижения намеченных результатов.

Поскольку торгово-экономическое сотрудничество тесно увязано с развитием политических отношений, то вполне логично, что наибольшего продвижения в торговле в последнее время достигли с теми странами, с которыми в духе взаимного доверия ведется поступательный диалог на высшем уровне и которые готовы выстраивать с Республикой Беларусь отношения на принципах равноправия, взаимоуважения и обоюдной выгоды.

Безусловно, перспективным является латиноамериканское направление. Так, в сотрудничестве с Венесуэлой наиболее перспективными являются проекты в области нефтедобычи,

промышленности, сельского хозяйства, архитектуры и строительства, сейсморазведки. В области нефтедобычи уже ведется активная работа. С 2007 года в Венесуэле осуществляет свою деятельность представительство РУП «ПО "Белоруснефть"». Белорусские специалисты реализуют планы по оценке и сертификации запасов нефти блока Хунин-1 на реке Ориноко. По этому же пути пошло ПО «Гомсельмаш», которое в начале 2007 г. открыло в Аргентине филиал и продолжает испытания кормоуборочной техники в местных условиях, а также проводит активную маркетинговую политику в регионе. В свою очередь, ПО «МТЗ» ведет проработку проекта создания в Бразилии сборочного производства тракторов «Беларусь».

Хорошие перспективы открылись для Республики Беларусь в Иране. Используя предоставленные иранской стороной возможности, РУП «ПО "Белоруснефть"» осуществило проработку проекта добычи нефти на месторождении «Джуфейр». Сейчас концерн «Белнефтехим» занимается поиском потенциальных партнеров для финансирования этого и других нефтяных проектов в Иране. Кроме того, видим перспективы в наращивании объемов экспорта в эту страну продукции нефтехимического комплекса, карьерной и дорожностроительной техники. С целью обеспечения прочного сбыта на иранском рынке грузовых автомобилей «МАЗ» в Иране организовано их сборочное производство.

Что касается Объединенных Арабских Эмиратов (ОАЭ), то можно отметить, что за последние годы достигнут существенный прирост и диверсификация белорусского экспорта в эту страну. Просматриваются перспективы в продвижении на рынок ОАЭ таких товаров белорусских производителей, как медицинская лазерная техника, сканирующее оборудование, почвенные смеси, шины. Беларусь прорабатывает возможность организации на территории Эмиратов сервисного центра по обслуживанию и ремонту белорусской автомобильной и дорожностроительной техники, что позволит расширить экспортные возможности отечественных предприятий в регионе.

Особое место в международной торговле Республики Беларусь занимает Китай. В 2012 г. товарооборот с КНР превысил 2,4 млрд долл. США. Развитие отношений с китайской стороной возможно за счет создания структур белорусских производителей в этой стране. Так, ряд белорусских предприятий активно работает в направлении создания совместных производств на территории Китая (ПО «БелАЗ», РУП «МАЗ», ПО «МТЗ», ПО «Гомсельмаш», «Белстанкоинструмент», концерн «Белбиофарм»).

Несмотря на хорошие перспективы на новых рынках Беларусь не упускает из виду и традиционных партнеров – Россию и другие страны СНГ.

Сотрудничество с Россией осуществляется и по линии совместных научно-технических программ, имеющих важное экономическое значение: «Развитие дизельного автомобилестроения», «Разработка и создание нового поколения функциональных элементов изделий СВЧ-электроники, оптоэлектроники и микросенсорики для радиоэлектронных систем и аппаратуры специального и двойного назначения», «Создание компьютерных технологий, программно-переналаживаемого оборудования, новых материалов и инструментов для обработки оптических деталей от микрооптики до астрооптики из традиционных и нетрадиционных оптических материалов», «Создание и организация серийного производства комплексов высокопроизводительных сельскохозяйственных машин на базе универсального мобильного энергетического средства мощностью 200–450 л. с.», «Разработка и использование перспективных космических средств и технологий в интересах экономического и научно-технического развития Союзного государства» («Космос-СГ») и др.

Белорусские товары продолжают поставляться в нарастающих объемах и в другие страны СНГ.

Говоря о перспективах сотрудничества, следует выделить также организационные аспекты работы на внешних рынках. Сегодня в Республике Беларусь реализуется Национальная программа развития экспорта на 2016–2020 гг. Она предусматривает диверсификацию экспорта и расширение нашего присутствия на недостаточно освоенных рынках. Таким образом, на государственном уровне ведется комплексная работа, которая создает систему четких ориентиров для деятельности белорусских производителей, государственных органов и дипломатической службы, что обуславливает ее планомерность и предсказуемость.

Выделяя создание товаропроводящей сети (ТПС) и сборочных производств за рубежом, необходимо отметить, что в последние годы произошли заметные позитивные сдвиги. Правительство Беларуси утвердило Положение о товаропроводящей сети отечественных производителей за рубежом. Соответствующее решение содержится в постановлении Совета Министров № 1699 от 21 декабря 2006 г.

На начало 2015 г. белорусскими предприятиями создано более 350 субъекта ТПС в иностранных государствах, на Российскую Федерацию приходится 218 таких субъектов. Наиболее активно в этом направлении работают предприятия Министерства промышленности, Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республика Беларусь, концернов «Беллепром», «Беллесбумпром» и «Белнефтехим». При этом наряду с представительствами белорусских предприятий и торговыми домами, являющимися на сегодняшний день наиболее распространенными формами ТПС, намечено создание дилерских и торгово-логистических центров, оптово-розничных складов, сервисных центров, станций технического обслуживания, фирменных магазинов.

Сальдо внешней торговли является одним из показателей экономической безопасности страны. Отрицательный платежный баланс в торговле «вымывает» валютные запасы, в результате чего сужается ресурс маневрирования в сложных экономических ситуациях, ограничиваются возможности необходимых закупок за рубежом без внешних заимствований.

Вместе с тем, положительный вклад в общий результат внешней торговли традиционно вносит экспорт услуг. Для Республики Беларусь развивать направление услуг особенно выгодно еще и потому, что оно практически не влечет за собой рост энергетического и иного промежуточного импорта.

По оценке специалистов, прежде всего для выравнивания дисбаланса во внешней торговле и платежном балансе необходимо ограничить рост и объем государственных расходов, снизить налоговую нагрузку, которая по-прежнему остается самой высокой в СНГ и превышает уровень налоговой нагрузки стран Европейского Союза (ЕС). Следует учитывать, что Беларусь имеет отрицательное сальдо во внешней торговле с Россией, львиная доля которого приходится на энергоносители. Мировые тенденции свидетельствуют, что в перспективе энергоресурсы вряд ли станут более доступными и дешевыми.

Подписанное в Минске Соглашение между правительствами Беларуси и России о мерах по развитию торгово-экономического сотрудничества – многофункциональный документ. С одной стороны, он нацелен на урегулирование возникших с течением времени проблем в торговле отдельными товарами, с другой – на решение системных вопросов в целях создания равных условий для субъектов хозяйствования двух стран, углубления нашей интеграции в рамках Союзного государства и ЕврАзЭС. В соответствии с соглашением стороны на взаимной основе обеспечивают доступ на рынки государственных закупок. Это означает, что на всей территории России от Смоленска до Дальнего Востока белорусские предприятия имеют равные с российскими партнерами условия для заключения контрактов в рамках государственных закупок как на федеральном, так и на региональных уровнях.

В последние годы торгово-экономические отношения Беларуси с Европейским Союзом характеризуются высокой динамикой развития. Начиная с 2000 г. товарооборот нашей страны с ЕС увеличился более чем в 6 раз, а белорусский экспорт возрос более чем в 7,5 раза. У Беларуси с ЕС с 2003 г. до настоящего времени положительное сальдо.

Европейский Союз прочно занял второе место среди торговых партнеров Беларуси после Российской Федерации, а по удельному весу в структуре белорусского экспорта превзошел Россию.

Вместе с тем, основу белорусского экспорта в ЕС продолжают составлять товары сырьевых групп (нефтепродукты, нефть, сжиженный газ, калийные удобрения) и товары первичной обработки (лесоматериалы и пиломатериалы, продукция БМЗ). В этой связи диверсификация экспорта, в первую очередь увеличение в его объеме доли сложнотехнических изделий с высокой степенью добавленной стоимости, наращивание поставок по другим товарным позициям, становится первоочередной задачей государства и предприятий-экспортеров при работе на рынке ЕС.

Сдерживающим фактором для развития торговли между Беларусью и Европейским Союзом является отмена преференций ЕС в отношении Республики Беларусь. В Евросоюзе отказываются понять, что за надуманностью и политической подоплекой этого решения стоит реальный ущерб как для белорусских производителей, так и в не меньшей степени европейских потребителей нашей продукции.

Необходимо отметить, что позиция по вступлению Республики Беларусь во Всемирную торговую организацию (ВТО) остается неизменной. Однако не ставится задача по вступлению в ВТО любой ценой, а главными в этом процессе остаются исключительно интересы нашей экономики. Большую помощь и поддержку по подготовке к вступлению Беларуси в ВТО ока-

зывает Россия, вступившая в эту международную организацию в 2013 г. в качестве 156 страны-члена ВТО.

Организационно-информационное содействие развитию международной торговли. Для реализации на практике такого содействия во многих странах были сформированы национальные системы информационной поддержки участников внешнеторгового обмена, призванные решить две основные задачи:

- упростить доступ национальных экспортеров и импортеров к сведениям о современных достижениях отечественной и зарубежной науки и техники, передовом производственном и коммерческом опыте, конъюнктуре мировых рынков и перспективах их развития, формах и методах конкурентной борьбы, национальном и международном нормативно-правовом регулировании внешнеторговой деятельности, включая решения международных экономических организаций;

- ознакомить представителей деловых кругов разных стран с достижениями в экономике, науке и технике конкретного государства, а также прорекламировать преимущества сотрудничества с его экспортерами и импортерами и пролоббировать интересы национальных экспортеров по официальным дипломатическим каналам.

С организационной точки зрения национальные системы информационной поддержки внешнеторговой деятельности различных стран имеют схожую структуру, которая включает в себя следующие виды элементов:

- 1) государственные органы власти всех уровней;
- 2) заграничные представительства государства;
- 3) межведомственные организации по информационной поддержке;
- 4) торгово-промышленные палаты (ТПП);
- 5) добровольные объединения предпринимателей;
- 6) государственные центры информационной поддержки;
- 7) межгосударственный центр электронной торговли;
- 8) центр международной торговли (ЦМТ);
- 9) частные и государственные информационно-консультационные службы и редакционно-издательские организации;
- 10) научно-исследовательские и учебные заведения;
- 11) субъекты инновационной инфраструктуры;
- 12) институты финансового стимулирования экспорта;
- 13) региональная инфраструктура содействия развитию приграничного торгово-экономического сотрудничества;
- 14) координирующий орган системы информационного обеспечения внешнеторговой деятельности.

Проведенный анализ развития мировой торговли позволил выделить следующие тенденции:

1. Зависимость экономики стран от внешней торговли с каждым годом увеличивается, что подтверждает глобализацию мировой экономики. Несмотря на спад в мировой торговле в 2001 г., в последующие годы она развивалась весьма динамичными темпами. Это означает, что существование страны без внешнеторговых связей в современном мире невозможно.

2. Торговые связи между регионами становятся более тесными, причем расстояние не играет решающей роли при выборе партнеров. Несмотря на то, что доля внутрирегиональной торговли в общих объемах торговли во многих регионах и остается высокой, тем не менее межрегиональный товарооборот развивается динамичными темпами, особенно со странами Азии.

3. Европа остается лидером в мировой торговле, причем ее позиции за анализируемый период укрепились. В то же время Азия является вторым по значимости регионом в мировой торговле. Одновременно тенденции развития торговли в Северной Америке свидетельствуют о снижении роли этого региона. Содружество Независимых Государств было самым динамичным регионом по развитию торговли в мире. Торговые отношения СНГ с другими регионами развивались значительными темпами, как правило, намного превышающими средние показатели.

4. Высокие темпы развития внешней торговли были отличительной характеристикой Китая, что привело к опережению им с 2004 г. Японии в качестве одного из мировых центров торговли.

5. В 2000–2010 гг. возросло влияние торговли топливом и минеральными продуктами на развитие торговли в мире. В то же время торговля промышленными товарами развивалась не столь высокими темпами. Особенно это касается таких групп товаров, как офисное и телекоммуникационное оборудование, текстиль и одежда, где сохраняется значительный протекционизм в большинстве стран. Самые высокие темпы роста торговли среди всех групп товаров в 2000–2010 гг. были у фармацевтической продукции.

6. Высокие темпы роста имеет международная торговля услугами.

Все перечисленные направления внешнеэкономического развития и внешней торговли позволят значительно укрепить экономику страны и, в первую очередь, повысить жизненный уровень населения Беларуси.

Список использованной литературы

1. **История** Беларуси в контексте мировых цивилизаций : пособие для студентов / Ю. Н. Бохан, Г. П. Бущик, В. И. Голубович ; под ред. Н. И. Полетаевой, Ю. Н. Бохана. – Минск : Экоперспектива, 2011. – 159 с.

2. **Внешняя** торговля : сб. / Нац. ком. по статистике. – Минск, 2016.

3. **Шелег, Н. С.** Международная торговля / Н. С. Шелег, Ю. И. Енин. – Минск : Вышш. шк., 2014. – 511 с.

УДК 338.2:339.3

Е. Е. Шишкова (shishkova@bteu.by),

канд. экон. наук, доцент

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

К ВОПРОСУ О ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Торговля является основной отраслью деятельности потребительской кооперации. Под влиянием конкуренции в ряде регионов Республики Беларусь, где потребительская кооперация ранее занимала практически монопольное положение, в настоящее время торговое обслуживание осуществляется сетевыми или коммерческими структурами. Кроме того, система потребительской кооперации обслуживает в основном сельское население, обладающее низкой платежеспособностью, что также отражается на объеме товарооборота. В статье представлены тенденции развития конечных финансово-экономических показателей торговой деятельности потребительской кооперации и определены отдельные направления повышения эффективности ее деятельности.

Trade is the main branch of activity of consumers' kooperazim. Under the influence of competition in a number of regions of the country, where the consumer cooperatives previously took almost a monopoly position, currently trading service carried out by network or someone-profit organizations. In addition, the consumer cooperation system serves mainly the rural population having low solvency-lities, which is also reflected in the volume of turnover. The article presented a pre-development trend of the final financial and economic indicators of trade activity of consumer cooperation and identified specific areas of performance improvement.

Ключевые слова: торговля; эффективность; ресурсы; товарооборачиваемость; доходы; расходы; прибыль; результаты.

Key words: trade; efficiency; resources for tovarooborachivae; revenues; costs; profits; results.

Проблема эффективности кооперативной торговли сложна и многогранна. Она включает множество составных частей, различных по своей социально-экономической значимости, что предполагает ее исследование с позиции каждого из компонентов и в то же время с позиции системного подхода к отрасли в целом.

Задача торговли заключается, в первую очередь, в максимизации удобств для покупателей, сокращении затрат времени населения на покупку товаров, развитии прогрессивных форм обслуживания.

В современных условиях на потребительском рынке действует большое число торговых организаций различных форм собственности, что неизбежно приводит к развитию конкуренции между ними. Развитие конкуренции, сокращение численности сельского населения и относительное уменьшение его покупательной способности обусловили снижение удельного веса то-

варооборота потребительской кооперации в товарообороте республики. В 1991 г., например, он составлял 33,5%, в 1995 г. – 20,1, в 2005 г. – сократился до 15,3%, за 2015 г. составил 8,4% [1].

В данных условиях повышение эффективности деятельности торговых организаций потребительской кооперации должно обеспечиваться, прежде всего, за счет таких факторов, как рост производительности труда, рациональное использование торговых площадей, оснащение торговых объектов новой техникой, внедрение передовой торговой технологии и других, связанных с процессами интенсификации развития отрасли.

Важнейшими из экономических условий, которые создают возможности такого развития, являются:

- ускорение темпов роста товарных ресурсов и платежеспособного спроса (расширение внутреннего рынка);
- внедрение достижений научно-технического прогресса;
- повышение эффективности использования трудовых ресурсов и материально-технической базы.

Материально-техническая база в отрасли торговли потребительской кооперации непрерывно совершенствуется.

По состоянию на 1 января 2015 г. Белкоопсоюз располагает 9 109 магазинами общей торговой площадью 952,2 тыс. м², в том числе в малых населенных пунктах сельской местности с численностью жителей менее 50 чел. – более 0,3 тыс. магазинов общей торговой площадью 17,5 тыс. м².

За 2011–2015 гг. открыто (путем нового строительства, реконструкции, приобретения) 78 крупных торговых объектов площадью более 500 м², 428 объектов шаговой доступности, модернизировано 208 магазинов, восстановлена работа 460 ранее закрытых объектов, приобретено 9,3 тыс. ед. холодильного оборудования, 477 специализированных автомагазинов. Формируется торговая сеть под брендом «Родны кут» (на 1 января 2016 г. функционирует 2,2 тыс. объектов под данным брендом). В рамках работы по развитию безналичных расчетов за 2011–2015 гг. в торговой сети дополнительно установлено 6 365 ед. банковских платежных терминалов [2].

Немаловажное значение в оценке эффективности кооперативной торговли принадлежит уровню расходов на реализацию товаров, который характеризует экономичность процесса обращения товаров.

Рассмотрим в таблице 1 динамику уровня расходов на реализацию товаров по облпотребсоюзам во взаимосвязке с изменением уровня доходов и рентабельности.

Анализируя показатели таблицы, следует отметить, что в 2000, 2001, 2005 гг. в розничной торговле наблюдаются убытки; уровень расходов на реализацию товаров превышает уровень доходов практически по всем облпотребсоюзам. В 2013 г. рентабельность в целом по торговле Белкоопсоюза составила 0,16%, вместе с тем в 2014 г. убыточность составила 0,04% к товарообороту.

В 2015 г. допущено снижение розничного товарооборота к уровню 2014 г. (92,4% при прогнозе 101%) [1].

Таблица 1 – Динамика уровня доходов, расходов и рентабельности по организациям системы Белкоопсоюза за 2000–2014 гг., в % к товарообороту или реализации

Облпотребсоюз (облпотребобщество)	2000			2001			2005			2013			2014		
	Уровень доходов	Уровень расходов	Рентабельность (убыточность)	Уровень доходов	Уровень расходов	Рентабельность (убыточность)	Уровень доходов	Уровень расходов	Рентабельность (убыточность)	Уровень доходов	Уровень расходов	Рентабельность (убыточность)	Уровень доходов	Уровень расходов	Рентабельность (убыточность)
Брестский	15,56	15,82	0,47	16,59	16,83	-0,18	18,36	17,8	0,12	18,59	14,86	0,4	18,41	15,00	0,25
Витебский	15,58	15,9	0,58	16,64	17,27	-0,45	17,66	18,1	-0,88	17,9	16,2	-0,5	17,76	16,32	-0,59
Гомельский	14,27	14,97	-0,1	15,72	17,67	-1,71	18,48	17,9	0,44	18,43	15,77	0,29	17,88	15,59	0,32
Гродненское	16,07	17,84	-0,9	16,63	19,13	-2,27	18,3	17,84	0,07	17,88	15,99	-0,29	17,95	15,9	-0,82
Минский	15,74	16,65	-0,11	16,45	18,03	-0,81	16,97	17,62	-0,12	18,4	16,6	0,15	18,05	16,75	-0,07
Могилевский	16,11	18,05	-1,0	17,41	19,85	-2,25	18,56	19,52	-1,41	19,0	15,09	0,60	18,23	14,64	0,5
Белкоопсоюз	15,7	16,53	-0,04	16,6	18,09	-1,2	18,23	18,3	-0,24	18,9	16,1	0,16	18,74	16,26	-0,04

Примечание – Источник [3]–[7].

За 11 месяцев 2015 г. не выполнены прогнозные параметры по валовой добавленной стоимости – 87,5% при прогнозе 100,5%, рентабельности продаж – 1,26% при прогнозе 1,7%, рентабельности по чистой прибыли – минус 0,04% при прогнозе 0,9%, производительности труда по выручке от реализации продукции – 95,5% при прогнозе 101,5%.

Несмотря на проводимую широкомасштабную работу по реализации непродовольственных товаров как за счет расширения торговых площадей, так и проведения различных акционных мероприятий, стимулирующих спрос населения, не удалось достигнуть установленного параметра по удельному весу непродовольственных товаров в общем объеме розничного товарооборота в размере 25 – 13,5% по итогам 2015 г. [1].

Для повышения эффективности деятельности торговых организаций потребительской кооперации необходимо совершенствовать ассортиментную политику, которая должна способствовать ускорению товарооборачиваемости, оптимизации расходов на реализацию товаров и соответствующему росту прибыли.

При планировании ассортиментной структуры розничного товарооборота следует учитывать, что затратоемкость отдельных товарных групп в торговле далеко не одинакова. Из продовольственных товаров наименее затратоемкими являются яйца, масло животное, чай, колбасные изделия, а высокий уровень расходов на реализацию имеют консервы овощные, безалкогольные напитки и др. Из непродовольственных товаров наименее затратоемкими являются ткани, трикотаж, часы, а наиболее затратоемкими – музыкальные товары, печатные издания и др. Учет этого фактора может помочь формированию ассортимента товаров и достижению наибольшей эффективности при торговле ими [8].

Рациональное ведение хозяйства требует систематического поиска путей и методов наиболее экономного использования товарных запасов, ускорения их оборачиваемости. Ускорение или замедление оборачиваемости товаров служит важнейшим фактором изменения уровня расходов на реализацию товаров. При ускорении товарооборачиваемости, снижении доли неходовых и залежалых товаров эффективность торговли резко возрастает. Недостатки в организации торговли, низкое качество некоторых товаров, несоответствие их спросу населения приводят к замедлению их оборачиваемости.

Рассмотрим в таблице 2 динамику товарооборачиваемости (в днях) по системе Белкоопсоюза за 2000–2014 гг.

Анализируя показатели таблицы, следует отметить цикличность в динамике товарооборачиваемости. Отрицательным является замедление товарооборачиваемости в 2014 г. по сравнению с 2000 г. как в целом по Белкоопсоюзу, так и по всем облпотребсоюзам.

Таблица 2 – Динамика товарооборачиваемости по системе Белкоопсоюза за 2000–2014 гг., дней

Облпотребсоюз (облпотребобщество)	2000	2001	2012	2013	2014
Брестский	28	28	42	43	42
Витебский	27	27	43	42	41
Гомельский	32	29	42	41	40
Гродненское	35	32	43	43	42
Минский	29	28	39	39	40
Могилевский	31	32	37	37	38
Белкоопсоюз	30	28	41	41	40
Примечание – Источник [3–7].					

Эффективность отрасли торговли нельзя рассматривать только как результат ее собственной деятельности. Важнейшее значение имеют при этом глубина и степень общественного разделения труда между отраслями деятельности. Так, например, фасовка, упаковка, маркировка товаров, их контейнеризация, кодирование все больше становятся сферой деятельности промышленности, производящей товары народного потребления. В общественном питании обособляется производство полуфабрикатов, готовых и полуготовых (в том числе замороженных) блюд и продуктов.

Все эти процессы разделения труда ведут к повышению его общественной производительности, являются существенными резервами повышения эффективности и улучшения других показателей торговой деятельности. Развитие и углубление общественного разделения труда делают необходимым совершенствование связей между торговлей и производством. Оно должно направляться на достижение динамичного развития между спросом и предложением,

что, в свою очередь, обеспечивает как реализацию товаров, так и удовлетворение спроса населения.

Промышленная политика в республике осуществляется в соответствии с Программой развития промышленного комплекса Республики Беларусь на период до 2020 года. По состоянию на 1 января 2015 г. число организаций промышленности в Республике Беларусь составило 13 696 ед.; объем промышленного производства – 673 850 млрд р., рост в сопоставимых ценах к предыдущему году – 102%; прибыль от реализации продукции – 56 935 млрд р., рентабельность продукции – 7,6%. Реализация мероприятий программы позволила обеспечить наращивание объемов производства промышленной продукции, увеличить объемы экспорта, закрепить положительные тенденции по энергосбережению, увеличить масштабы привлечения инвестиций [9].

В системе потребительской кооперации также наметились положительные тенденции в развитии промышленности. Темп роста производства промышленной продукции за 2011–2015 гг. составил 126,7%, что соответствует среднегодовому показателю в размере 104,9%. Проведена модернизация 71 промышленного объекта, проведена концентрация и специализация 35 промышленных предприятий, в том числе 12 хлебопекарных, 16 мясоперерабатывающих, 2 рыбоперерабатывающих, 5 цехов по производству безалкогольных напитков [2].

Таким образом, повышение эффективности торговли потребительской кооперации обусловлено, прежде всего, развитием связанных с нею отраслей материального производства: промышленности, производящей товары народного потребления; машиностроения, обеспечивающего торговлю современными техническими средствами; строительства; улучшением всех видов транспортного обслуживания и др.

Создание более современных и готовых к потреблению товаров способствует совершенствованию методов их продажи и обслуживания покупателей. В частности, совершенствуется упаковка продовольственных товаров. Все большее количество этих товаров поступает в торговлю, пройдя предварительный процесс фасовки, упаковки, маркировки и т. п. Это не только сохраняет потребительские качества продукта, предохраняет от потерь в процессе обращения, но также существенно повышает производительность труда работников торговли и экономит время покупателей на приобретение товаров.

Следует учитывать, что система потребительской кооперации обслуживает в основном сельское население, которое обладает низкой платежеспособностью и приобретает преимущественно продовольственные товары. Так, удельный вес продажи продовольственных товаров за 2015 г. по системе Белкоопсоюза составил 86,5% [1]. Сокращение доли непродовольственных товаров, являющихся менее затратноемыми, негативно сказывается на результатах деятельности торговли.

Все более важным для повышения эффективности торговли потребительской кооперации становится рост производительности труда.

Наиболее существенным факторам роста производительности труда в торговле является совершенствование технологии торговых процессов на всем пути движения товаров от производства до торгового объекта. Переход к рациональной технологии движения товаров решает комплекс вопросов промышленности, транспорта и торговли. В промышленности это означает механизацию и автоматизацию конечных операций по выпуску готовой продукции; для автомобильного транспорта – это сокращение простоев автомашин под погрузкой и выгрузкой и в связи с этим увеличение коэффициента пробега машин, механизация трудоемких погрузочно-разгрузочных работ. Для торговли это сокращение объема трудоемких работ по разгрузке товаров и их перемещению внутри торгового объекта, фасовке, упаковке, учету; уменьшение подсобных площадей для хранения товаров; более эффективное использование торговых залов и регулярное пополнение товарных запасов.

В торговых организациях зачастую отсутствует надлежащая складская база. В условиях, когда промышленные организации приобретают все более узкую специализацию, а транспортные перевозки ориентированы на механизированную доставку пакетированных грузов или контейнеров, регулярное товароснабжение торговой сети требует в определенных случаях специального складского звена. Подобные склады могут быть центрами не только для хранения товаров, но, главным образом, для комплектации ассортимента, разукрупнения промышленных партий товаров, подготовки товаров к продаже и ритмичного товароснабжения розничной торговой сети. Наличие такого промежуточного склада, на первый взгляд, кажется введением дополнительного звена на пути движения товаров, увеличивающего время и расходы. Однако это лишь кажущиеся потери. На деле это более современная система движения товаров и более эффективная ее организация. Следует учитывать, что использование площади магазинов под

хранение товарных запасов сокращает размеры торговых залов, уменьшает пропускную способность магазинов, удорожает строительство.

Рассредоточение товарных запасов по большому числу магазинов резко снижает маневренность в управлении товарной массой. Попав в магазины, товары продолжают там находиться до их полной реализации, что требует значительных затрат на хранение, уценку, вызывает потери качества и т. п. Время обращения товаров в результате их концентрации в магазинах не сокращается, а возрастает. Кроме того, магазины, заполненные товарами, не имеют возможности поддерживать необходимый стабильный ассортимент; для новых товаров не находится места, пока старые товарные запасы не реализованы. Концентрация же товаров на складах позволяет направлять их в магазины в ассортименте, скомплектованном соответственно по размерам и профилю каждого торгового объекта, особенностям спроса. Данная система товароснабжения создает более благоприятные возможности для эффективного использования материально-технической базы, трудовых ресурсов и лучшей организации торгового обслуживания [8].

Большое внимание развитию оптовой торговли уделяется в Концепции развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы. С 1 апреля 2014 г. организована работа единого оптово-логистического центра потребительской кооперации УП «Белкоопвнешторг Белкоопсоюза», выполняющего функции оптового оператора по поставке товаров, в том числе критического импорта, как получателям потребительской кооперации, так и внесистемным организациям, в том числе субъектам малого бизнеса [2].

Исходя из целей концепции перед торговой отраслью Белкоопсоюза до 2020 г. ставятся следующие задачи:

- дальнейшее развитие и оптимизация товаропроизводящей инфраструктуры торговли для обеспечения ее максимальной эффективности;
- стимулирование развития торговли в райцентрах;
- обеспечение условий для дальнейшего поступательного развития торговли в сельской местности;
- совершенствование традиционных форматов торговли, а также дистанционной торговли;
- улучшение имиджа торговой отрасли потребительской кооперации.

Данные направления позволяют, на наш взгляд, повысить эффективность торговой деятельности организаций потребительской кооперации.

Список использованной литературы

1. **Об итогах** работы потребительской кооперации за 2015 год, выполнения поручений Президента Республики Беларусь, Отраслевой программы развития потребкооперации на 2011–2015 годы : постановление Правления Белкоопсоюза от 19 февр. 2016 г. № 1. – Минск : Белкоопсоюз, 2005. – 6 с.

2. **Об утверждении** Концепции развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы : постановление Правления Белкоопсоюза от 29 февраля 2016 г. № 47. – Минск : Белкоопсоюз, 2016. – 27 с.

3. **Основные** показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2001 г. : стат. сб. – Минск : Белкоопсоюз, 2001. – 75 с.

4. **Основные** показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2002 г. : стат. сб. – Минск : Белкоопсоюз, 2002. – 75 с.

5. **Основные** показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2005 г. : стат. сб. – Минск : Белкоопсоюз, 2005. – 75 с.

6. **Основные** показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2013 г. : стат. сб. – Минск : Белкоопсоюз, 2013. – 75 с.

7. **Основные** показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2014 г. : стат. сб. – Минск : Белкоопсоюз, 2014. – 75 с.

8. **Фридман, А. М.** Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества : учеб. – М. : Дашков и К°. – 628 с.

9. **Об утверждении** программы развития промышленного комплекса Республики Беларусь на период до 2020 г. : постановление Совета Министров Республики Беларусь от 5 июля 2012 г. № 622 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2012. – № 5/35993.

EFEKTYWNOŚĆ RYNKU PRACY JAKO PRZESŁANKA KSZTAŁTOWANIA KONKURENCYJNOŚCI GOSPODARKI NARODOWEJ

Artykuł „Efektywności rynku pracy jako przesłanka kształtowania konkurencyjności gospodarki narodowej” prezentuje kwestie możliwości elastycznego przekierowania pracowników z jednego działu gospodarki narodowej do drugiego. Tworzą one zbiór obejmujący: współpracę w zakresie stosunków pracy, elastyczność ustalania wynagrodzeń, praktyki zatrudniania i zwalniania, obciążenia wynagrodzeń (w tygodniach płacenia pensji), wpływ opodatkowania na zachęty do pracy, płaca i produktywność, poleganie na profesjonalnej kadrze zarządzającej, zdolność kraju do zatrzymania talentów oraz kobiety na rynku pracy w stosunku do mężczyzn. Wszystkie one z osobna, jak i łącznie, charakteryzuje wielość zróżnicowanych ocen na gruncie polskiej gospodarki.

The article entitled „The effectivity of labour market as a premise of shaping national economy competitiveness” present issues of flexible redirection possibility from one unit of national economy to the other. They create the collection which includes : cooperation within a range of labour relations, flexibility in determining earnings, customs of hiring and dismissing people, financial commitment, influence of taxes on prompt to work, salary and productivity, basing on professional managerial staff, ability of the country to keep talents and women on labour market in comparison to men. All these together and separately characterize plurality of diverse assessments on the base of polish economy.

Słowa kluczowe: efektywność rynku pracy; konkurencyjność gospodarki narodowej; zatrudnienie; wynagrodzenia; profesjonalność kadry zarządzającej.

Key words: effectivity of labour market; competitiveness of national economy; employment; salaries; professionalism of managerial staff.

Współcześnie problemy związane z rynkiem pracy stają się coraz bardziej dotkliwe i aktualne. Podkreśla się, iż powinien być on wydajny, elastyczny i efektywny, co ma kluczowe znaczenie z jednej strony dla zapewnienia pracownikom godnej i opłacalnej pracy, z drugiej zaś strony do znalezienia sposobu, ażeby pracodawcy najbardziej efektywnie wykorzystali zasoby ludzkie w gospodarce, odnosząc tym samym korzyści. Oznacza to potrzebę szerokiego spojrzenia na rynek pracy, bowiem przez pryzmat: współpracy w zakresie stosunków pracy, ustalania wynagrodzeń, praktyki zatrudniania i zwalniania, obciążenia wynagrodzeń, wpływu opodatkowania na zachęty do pracy, płacy i produktywności, polegania na profesjonalnej kadrze zarządzającej, zdolności kraju do zatrzymania talentów oraz relacji kobiet na rynku pracy w stosunku do mężczyzn.

Wszystkie z wskazanych wyznaczników stanowią jednocześnie wskaźniki cząstkowe ogólnego wskaźnika konkurencyjności GCI [1]. Każdy z nich z osobna, jak i łącznie, charakteryzują zróżnicowane oceny polskiej gospodarki jak i gospodarek krajów sąsiedzkich. Ich wartość określona jest w skali od 1 do 7, gdzie 1 oznacza stronę negatywnych ocen, a 7 najwyższy poziom ocen pozytywnych charakteryzujących określony fakt, czy też określone zjawisko.

Pierwszym ze wskaźników oceny efektywności rynku pracy wpływającym na konkurencyjność gospodarki narodowej jest *współpraca w zakresie stosunków pracy*, to jest między pracownikiem a pracodawcą (ang. cooperation in labor-employer relations).

W Polsce strony umów korzystają ze swobody w zakresie kształtowania łączących ich stosunków, czyli zawierający umowę mają prawo ułożyć stosunek prawny według własnego uznania, oczywiście, jeśli jego treść i cel nie sprzeciwiają się właściwości stosunku, ustawie i zasadom współżycia społecznego. Obecnie pracodawca w Polsce, może podpisać umowę z pracownikiem w dwóch podstawowych rodzajach: umowy o pracę lub umowę cywilnoprawną. Na rynku pracy istnieją jeszcze dwa inne, coraz częściej stosowane rodzaje, a mianowicie samozatrudnienie oraz umowa zlecenie z samozatrudnieniem.

Za podstawowy rodzaj zatrudnienia uznaje się stosunek pracy. Jest on bardzo korzystny dla pracowników i zarazem najbardziej kosztowny dla pracodawców. Przy zatrudnieniu pracownika w taki sposób, pracodawca musi pamiętać o całym systemie gwarancji i uprawnień i wielu ograniczeniach. Umowa o pracę powinna być sporządzona pisemnie. Może występować w formie umowa o pracę: na czas próby, na czas wykonania określonej pracy, na czas określony, na zastępstwo i na czas na nieokreślony [2, s. 3].

Kolejną rodzajem umowy o pracę, jest to umowa cywilnoprawna, często nazywana „alternatywną” formą zatrudnienia. Występuje ona w dwóch formach: umowy zlecenie (czyli świadczenie usług) oraz umowa o dzieło. Te formy nie zapewniają jednak ochrony wynikającej z przepisów prawa pracy.

W ostatnim okresie czasu bardzo popularną rodzajem pracy jest samozatrudnienie, czyli prowadzenie własnej działalności gospodarczej. Wyróżnia się on odmiennym ukształtowaniem stosunku pracownik – pracodawca. Cechuje się często swobodą w organizacji własnej pracy. Jego zaletą jest możliwość wykonania usług na rzecz więcej niż jednego podmiotu. Zaś do wad możemy zaliczyć: brak obowiązującej kwoty minimalnej wynagrodzenia, brak obowiązku pracodawcy wypłacania wynagrodzenia co miesiąc, wynagrodzenie jest płatne z dołu oraz przy takiej formie stosunku pracy, pracownik nie podlega ochronie takiej jak w przypadku umowy o pracę. Samozatrudnionemu nie przysługują również zwroty kosztów delegacji służbowych, uprawnienia związane z rodzicielstwem pracowników, płatny urlop wypoczynkowy oraz premie i dodatki do wynagrodzenia [2, s. 10–11].

Oceny współpracy w zakresie stosunków pracy, między pracownikiem a pracodawcą według wskaźnika GCI lokuje Rosję na 89 pozycji (przy wskaźniku o wartości 4,1), Polskę na 100 miejscu (przy wskaźniku o wartości 4,0), a Ukrainę na 119 miejscu (przy wskaźniku o wartości 3,8) [1, s. 311, 321, 373].

Kolejnym wyznacznikiem elastyczności efektywności rynku pracy jest *elastyczność ustalenia wynagrodzeń* (ang. flexibility of wage determination). Podkreślić przy tym trzeba, iż określenie wartości tego wskaźnika nie jest łatwe, ze względu na to, że wynagrodzenie nie jest pojęciem jednoznacznym, przede wszystkim ze względu na brak jednoznacznych norm jego ustalania. Jej wysokość, zależy w teorii od ustaleń, jakie strony podejmują podpisując umowę o pracę. Pracodawca przy zatrudnieniu może brać pod uwagę kwalifikacje pracownika, jego doświadczenie, wiedzę i zaproponować odpowiednią wysokość wynagrodzenia. Jak również może brać pod uwagę oczekiwania drugiej strony nawiązanego stosunku prawnego – stosunku pracy [3, s. 4].

Najczęściej kwestia ustalania wynagrodzeń, jest rozpatrywana przez pryzmat kwestii ustalania płacy minimalnej w poszczególnych krajach Unii Europejskiej.

Jest ona traktowana jako podstawowa stawka wynagrodzenia, jaką pracownik, może dostać w ramach umowy o pracę. Spośród 28 państw członkowskich Unii Europejskiej tylko 21 krajów posiada regulacje dotyczące wynagrodzenia minimalnego obowiązujące na poziomie krajowym. Wysokość wynagrodzenia minimalnego ustala jest ustawowo lub w drodze negocjacji z partnerami społecznymi. Pod względem nominalnym wartość płacy minimalnej, wyrażonej w euro, Polska w 2014 roku, zajmowała 13 miejsce wśród 21 krajów UE [4, s. 5–7].

W realiach konkretnego rynku pracy wynagrodzenie ma zawsze prawny aspekt jego kształtowania. Przy poszanowaniu zasady równego traktowania, pracodawcy są w praktyce stroną, która ustala wynagrodzenie, jego wysokość i poszczególne składniki. Posiadają oni dużą swobodę, tworząc system wynagrodzeń. Mogą swobodnie wybierać spośród różnych, możliwych form wynagrodzenia swoich pracowników oraz swobodnie ustalać, jakie składniki przysługiwać im będą z tytułu wykonywanej pracy. Pracodawca może wprowadzić różne formy wynagrodzenia dla różnych grup zawodowych, a także dla poszczególnych pracowników. Z kolei pracownik podpisując umowę o pracę, w większości przypadków przyjmuje „odgórne” zaproponowane mu warunki. Faktyczny udział pracowników w kształtowaniu wysokości swojego wynagrodzenia, jest niewielki [3, s. 6–8].

Od kilku lat toczy się nieustanna dyskusja w Polsce, nad utrzymaniem stawki wynagrodzenia minimalnego. Podstawowym pytaniem w niej jest: czy płaca minimalna jest to zabezpieczenie dla pracowników, czy też czynnik blokujący rozwój gospodarczy? W Polsce wysokość płacy minimalnej jest regulowany ustawowo. Zgodnie z nimi gwarantowany jest coroczny wzrost płacy minimalnej, nie niższy niż prognozowany na dany rok wzrost poziomu cen [5, s. 132–134; 6, s. 135–136].

Wartość wskaźnika elastyczności ustalenia wynagrodzeń według wskaźnika GCI lokuje Rosję na 28 pozycji (przy wskaźniku o wartości 5,6), Polskę na 44 miejscu (przy wskaźniku o wartości 4,8), a Ukrainę na 123 miejscu (przy wskaźniku o wartości 3,5) [1, s. 311, 321, 373].

Trzecim ze wskaźników oceny efektywności rynku pracy wpływającym na konkurencyjność gospodarki narodowej są *praktyki zatrudniania i zwalniania* (ang. hiring and firing practices). Wskaźnik praktyki zatrudniania i zwalniania formułuje oceny dwóch stron zarządzania zasobami pracy, z jednej strony zatrudnianiem z drugiej strony zwalnianiem pracownika. Zabiegi te podlegają i są regulowane określonymi procedurami wynikającymi zarówno z tradycji jak i obowiązujących w danym kraju norm prawnych. Są one również istotnym elementem polityki kadrowej każdej organizacji, tak w sferze produkcyjnej jak i budżetowej. Sprowadza się ona do działań organizacyjno-kadrowych mających na celu obsadzenie stanowisk pracy. Koncentruje się ona na rozwiązywaniu za-

gadnień: doboru pracowników, ich szkoleniem i doskonaleniem zawodowym, motywowaniem do wykonywania zadań, ocenami pracowników, systemami awansowania, a także zwalnianiem pracowników.

Zatrudnieniu może podlegać każda osoba (również ucząca się), która wyrazi chęć pracy, ma odpowiednie wykształcenie, a także spełnia wszystkie warunki prawne. Zatrudnienia, tak jak pracy, nie można posiadać na własność. Może nam je ktoś dać, ale również może nam je odebrać. Zatrudnianie odbywa się na podstawie umowy o pracę z pracodawcą na zasadzie najmu, mianowania lub współużytkowania środków produkcji. Zwalnianie zaś może dokonywać się z inicjatywy zatrudnionego jak i pracodawcy [7, s. 196].

Wartość wskaźnika GCI określającego praktyki zatrudniania i zwalniania lokuje Polskę na 59 miejscu (przy wskaźniku o wartości 3,6), Rosję na 86 pozycji (przy wskaźniku o wartości 3,1), a Ukrainę na 108 miejscu (przy wskaźniku o wartości 2,7) [1, s. 311, 321, 373].

Kolejnym ze wskaźników oceny efektywności rynku pracy wpływającym na konkurencyjność gospodarki narodowej są *obciążenia wynagrodzeń, w tygodniach płacenia pensji* (ang. redundancy costs, weeks of salary). Przy czym przez pensję rozumie się wynagrodzenie, jakie pracodawca zobowiązany jest wypłacić pracownikowi okresowo w zamian za wykonaną przez niego pracę, odpowiednio do rodzaju tej pracy, ilości oraz jakości. Jej wysokość, zależy od ustaleń, jakie strony podejmują podpisując umowę o pracę.

Wynagrodzenie w praktyce podlega ustawowym obciążeniom, które mają charakter podatkowy i nie podatkowy. Obciążenia podatkowe to podatek należny od osób fizycznych opłacany na zasadach ogólnych, ryczałt od przychodów ewidencjonowanych oraz karta podatkowa. Z kolei obciążenia nie podatkowe to te które mają charakter danin. W Polsce są nimi składki na: Fundusz Ubezpieczeń Społecznych (ubezpieczenie emerytalne, ubezpieczenie rentowe), Fundusz Ubezpieczeń Zdrowotnych, Fundusz Pracy, Fundusz Gwarantowanych Świadczeń Pracowniczych, a także Państwowy Fundusz Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych.

Wartość wskaźnika GCI określającego obciążenia wynagrodzeń, w tygodniach płacenia pensji lokuje Ukrainę na 57 miejscu (przy wskaźniku o wartości 13,0), Rosję na 83 pozycji (przy wskaźniku o wartości 17,3), a Polskę na 89 miejscu (przy wskaźniku o wartości 18,8) [1, s. 311, 321, 373].

Piątym ze wskaźników oceny efektywności rynku pracy wpływającym na konkurencyjność gospodarki narodowej jest *wpływ opodatkowania na zachęty do pracy* (ang. effect of taxation on incentives to work).

Opodatkowanie, rozumiane jest jako całość obciążeń podatkowych oraz tak zwanych obciążeń paropodatkowych nakładanych na pracę, prowadzi do zróżnicowania całkowitego kosztu pracy i wynagrodzenia netto otrzymywanego przez pracownika. Tym samym można się spotkać z opiniami, iż zaburza to związek między kosztem pracy, wynagrodzeniem a krańcową produktywnością pracy i zmniejszeniem bodźca do podejmowania zatrudnienia i zwiększenia indywidualnej podaży pracy [8, s. 2].

Ze względu na wpływ opodatkowania na zachęty do pracy wartość wskaźnik GCI lokuje Polskę na 88 miejscu (przy wskaźniku o wartości 3,4), Rosję na 115 pozycji (przy wskaźniku o wartości 3,0), a Ukrainę na 135 miejscu (przy wskaźniku o wartości 2,6) [1, s. 311, 321, 373].

Kolejnym ze wskaźników oceny efektywności rynku pracy wpływającym na konkurencyjność gospodarki narodowej jest *płaca i produktywność* (ang. pay and productivity). Jego wartość określona jest w skali od 1 do 7, gdzie 1 oznacza najniższy poziom, a 7 najwyższy poziom wpływu produktywności (wydajności) na poziom płacy.

Produktywność pracy – rozumiana jako wydajność pracy - jest tą zmienną od której zależy wzrost dobrobytu, wzrost ekonomiczny, siła i stabilność pieniądza, a także dopuszczalny rozmiar sektora publicznego. W nowoczesnym państwie muszą istnieć instytucje upoważnione do kontroli produktywności pracy zarówno retrospektywnie, jak i prospektywnie [9, s. 8].

Wartość wskaźnika GCI określającego wpływ płacy i produktywności (wydajności) pracy na zachęty do pracy lokuje Rosję na 24 pozycji (przy wskaźniku o wartości 4,6), Ukrainę na 31 miejscu (przy wskaźniku o wartości 4,5), a Polskę na 53 miejscu (przy wskaźniku o wartości 4,1) [1, s. 311, 321, 373].

Siódmym wskaźnikiem oceny efektywności rynku pracy wpływającym na konkurencyjność gospodarki narodowej jest *poleganie na profesjonalnej kadrze zarządzającej* (ang. reliance on professional management).

Zarządzenie zasobami ludzkimi ukształtowało się pod wpływem szerokiego zbioru uwarunkowań środowiskowych [10, s. 208]. Jednym z nich jest profesjonalizm zarządzania nimi. To zaś

wymaga odwołania się i wykorzystania dorobku wielu nauk w tym przede wszystkim ekonomicznych, socjologicznych, psychologicznych, fizjologicznych oraz organizacji i zarządzania.

Profesjonalne zarządzanie każdą organizacją wymaga wzięcia pod uwagę, iż współczesny rynek pracy i gospodarka oparta na wiedzy stawiają zarządzającym jak i zarządzanym duże wymagania. Wymuszają od nich posiadanie coraz to innych umiejętności, szerszej wiedzy i kompetencji [11, s. 84]. Natomiast w psychologii biznesu, specjaliści podkreślają istotę takich elementów, które wpływają na profesjonalizację zarządzania, jak: pozyskiwanie pracowników, ich motywowanie, rozwój oraz ocenianie [10, s. 213–219].

Wartość wskaźnika GCI określającego wpływ polegania na profesjonalnej kadrze na efektywność rynku pracy lokuje Polskę na 71 miejscu (przy wskaźniku o wartości 4,2), Rosję na 85 pozycji (przy wskaźniku o wartości 4,0), a Ukrainę na 115 miejscu (przy wskaźniku o wartości 3,5) [1, s. 311, 321, 373].

Istotnym wskaźnikiem oceny efektywności rynku pracy wpływającym na konkurencyjność gospodarki narodowej jest *zdolność kraju do zatrzymania talentów* (ang. country capacity to retain talent).

Współcześnie uważa się, że kapitał ludzki, jest najważniejszym zasobem gospodarki narodowej. Powszechnym przekonaniem jest to, że najważniejszym bogactwem każdego kraju są nie tyle surowce naturalne i rezerwy walutowe, tylko jego obywatele i ich wiedza, umiejętności i kompetencje. Kapitał ludzki, jest więc postrzegany jako bardzo ważny czynnik rozwoju gospodarczego danego kraju, szczególnie biorąc pod uwagę osoby z wyższym wykształceniem i utalentowane. Obowiązkiem państwa powinno być zapewnienie nie tylko prace, ale również warunków do dalszego rozwoju.

Wartość wskaźnika GCI określającego wpływ zdolności do zatrzymywania talentów na efektywność rynku pracy lokuje Rosję na 103 pozycji (przy wskaźniku o wartości 2,9), Polskę na 117 miejscu (przy wskaźniku o wartości 2,7), a Ukrainę na 132 miejscu (przy wskaźniku o wartości 2,3) [1, s. 311, 321, 373].

Dziewiątym wskaźnikiem oceny efektywności rynku pracy wpływającym na konkurencyjność gospodarki narodowej jest *zdolność kraju do przyciągania talentów* (ang. country capacity to attract talent). Wiąże się on ściśle z poprzednim wskaźnikiem, reprezentując drugą stronę zjawiska zagospodarowania ludzi zdolnych.

Wartość wskaźnika GCI określającego wpływ zdolności kraju do przyciągania talentów na efektywność rynku pracy lokuje Rosję na 92 pozycji (przy wskaźniku o wartości 3,1), Polskę na 124 miejscu (przy wskaźniku o wartości 2,5), a Ukrainę na 130 miejscu (przy wskaźniku o wartości 2,3) [1, s. 311, 321, 373]. Oznacza to, że Polskę podobnie jak oba pozostałe kraje charakteryzuje niska zdolność w przyciąganiu talentów do naszego kraju. Zaistniałego stanu rzeczy upatruje się w niewystarczającym wykorzystaniu położenia geopolitycznego, w szczególności atrakcyjności naszego kraju dla wschodnich sąsiadów, jak również niewystarczająco dobrych warunkach pracy i rozwoju. Tym samym powoduje to w sumie niską zdolność do przyciągania talentów (ludzi zdolnych i przedsiębiorczych) do naszego kraju. Tym zjawiskom nie towarzyszy również niski wskaźnik umiędzynarodowienia wśród krajów OECD.

Ostatnim – dziesiątym – wskaźnikiem oceny efektywności rynku pracy wpływającym na konkurencyjność gospodarki narodowej są *kobiety na rynku pracy w stosunku do mężczyzn* (ang. women in labor force, ratio to men). Pokazuje on relację liczby kobiet na rynku pracy do ogółu mężczyzn na rynku pracy.

Kobiety często pracują w innych zawodach i branżach niż mężczyźni, dostają też inne wynagrodzenie oraz inne warunki pracy. Różnicowanie to jest uwarunkowane wieloma czynnikami, między innymi wykształceniem, zaangażowaniem w życie rodzinne czy też oczekiwaniami życiowymi.

Zjawisko uczestnictwa kobiet na rynku pracy ma uwarunkowania historyczne. Do końca XIX wieku prawo kobiet do pracy zawodowej nie było czymś oczywistym. Dopiero po II wojnie światowej, nastąpił trwały wzrost aktywności zawodowej kobiet. Zjawisko to ma jednak charakter stopniowy [12, s. 1].

Wartość wskaźnika GCI określającego wpływ kobiet na rynku pracy i ich udziału w stosunku do mężczyzn na efektywność rynku pracy lokuje Rosję na 41 pozycji (przy wskaźniku o wartości 0,87), Ukrainę na 52 miejscu (przy wskaźniku o wartości 0,85), a Polskę na 69 miejscu (przy wskaźniku o wartości 0,82) [1, s. 311, 321, 373].

Reasumując, przedstawione rozważania potwierdzają, iż rynek pracy jest istotnym obszarem kształtowania konkurencyjności gospodarki narodowej. O jej poziomie z punktu widzenia rynku pracy decydują takie jego cechy jak wydajność, elastyczność i efektywność.

Spis wykorzystanej literatury

1. **The Global Competitiveness Report 2014–2015** / K. Schwab // World Economic Forum. – Geneva, 2014.
2. **Sposoby świadczenia pracy w Polsce**, PAliIZ S.A. – Warszawa, 2013.
3. **Marciniak, J.** Zasady ustalania wynagrodzeń a dyskryminacja w zatrudnieniu / J. Marciniak. – Warszawa : Wolters Kluwer, 2014.
4. **Wynagrodzenie minimalne w Polsce i w krajach Unii Europejskiej.** – Sedlak & Sedlak. – Warszawa, 2014.
5. **Broniatowska, P.** Wynagrodzenie minimalne w Polsce. Czy powinno być zróżnicowanie regionalne? / P. Broniatowska, A. Majchrowska, Z. Żółkiwski // Studia BAS. – Nr. 4 (36), 2013.
6. **Czepiel A.** Jednakowa stawka płacy minimalnej hamuje rozwój polskich województw / A. Czepiel, K. Kartus, K. Cyrbus // Forum obywatelskie rozwoju, Analiza Forum. – № 6/2013. – Warszawa, 2013.
7. **Jeruszka, U.** Czy i jakie korzyści odnoszą studenci z zatrudnienia / U. Jeruszka // Rynek pracy i wykorzystanie potencjału pracy w Polsce. – Warszawa : Wyd. IPISS, 2014.
8. **Opodatkowanie pracy i wynagrodzenie minimalne.** Wpływ na rynek pracy w Polsce // Departament Analiz i Prognoz, Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej. – Warszawa, 2013.
9. **Dobija, M.** Produktywność pracy a rozmiar sektora publicznego / M. Dobija. – Kraków : Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie.
10. **Borkowska, S.** Psychologiczne i organizacyjne aspekty zarządzania zasobami ludzkimi / S. Borkowska // Rynek pracy i wykorzystanie potencjału pracy w Polsce; Książka jubileuszowa z okazji 80- lecia profesora Mieczysława Kabaja. – Warszawa : Wyd. IPISS, 2014.
11. **Dudzińska-Głaz, J.** Zarządzanie kompetencjami pracowników jako jeden z elementów strategicznego zarządzania zasobami ludzkimi [w] Zarządzanie kapitałem intelektualnym w organizacji inteligentnej / J. Dudzińska-Głaz ; red. W. Harasim. – Warszawa : Wyższa Szkoła Promocji, 2012.
12. **Raport: Kobiety i mężczyźni na rynku pracy**, GUS. – Warszawa, 2014.

UDC 656:654.165

B. Stachowiak (bartosz.stachowiak@onet.eu),
dr, adiunkt

*Instytut Socjologii WNHiS
Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego
Warszawa, Polska*

INFRASTRUKTURA JAKO OBSZAR LOKALIZACJI I ROZWOJU DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ

Artykuł zatytułowany „Infrastruktura jako obszar lokalizacji i rozwoju działalności gospodarczej” prezentuje rozważania dotyczące dwóch grup rodzajowych infrastruktury, charakteryzując je w oparciu o wybrane zbiory wskaźników. Pierwsza grupa wskaźników dotyczy infrastruktury transportowej i obejmuje: jakość całej infrastruktury, jakość dróg, jakość infrastruktury kolejowej, jakość infrastruktury portowej, jakość infrastruktury transportu lotniczego oraz dostępność pasażerów do transportu lotniczego na danej odległości lotu. Natomiast druga grupa wskaźników dotyczy infrastruktury energetycznej i teleinformatycznej i obejmuje: jakość dostaw energii elektrycznej, użytkowników telefonii mobilnej oraz użytkowników telefonii stacjonarnej. Wszystkie one z osobna, jak i łącznie, charakteryzuje wielość zróżnicowanych ocen na gruncie polskiej gospodarki.

The article entitled „Infrastructure as a localization and development of enterprise sphere” presents considerations on two groups of infrastructure characterizing them on the basis of chosen collection of indicators. The first group of indicators deals with transportation infrastructure and overwhelms: quality of the whole infrastructure, quality of roads, quality of railway infrastructure, quality of harbour infrastructure, quality of air transport and availability of passengers to air transport on certain distance. The second group of indicators deals with energetic and telecomputer infrastructure and overwhelms: quality of electric energy supply, consumers of mobile telephony and consumers of stationary telephony.

Słowa kluczowe: infrastruktura; działalność gospodarcza; infrastruktura transportowa; infrastruktura energetyczna i teleinformatyczna.

Key words: infrastructure; enterprise; transport infrastructure; energetic and telecomputer infrastructure.

Infrastruktura jest jednym z filarów jakie są wskazywane w ramach identyfikacji czynników wpływających na rozwój gospodarki. Rozległość infrastruktury oraz jej jakość (wykonania, przepusztowości oraz zapewnienia bezpieczeństwa) znacząco wpływa na wzrost gospodarczy, a w konsekwencji na zmniejszenie nierówności dochodów i ubóstwa ludności. Dzieje się tak ponieważ dobrze rozwinięta infrastruktura umożliwia mieszkańcom terenów (regionów) gorzej rozwiniętych na dostęp do usług (podstawowych jak i usług wyższego rzędu np. usług kultury) i działalności gospodarczej.

W skład filaru *Infrastruktura* wchodzi łącznie dziewięć kategorii pogrupowanych w dwie grupy. Pierwsza grupa wskaźników dotyczy infrastruktury transportowej i obejmuje sześć wskaźników: a) jakość całej infrastruktury, b) jakość dróg, c) jakość infrastruktury kolejowej, d) jakość infrastruktury portowej, e) jakość infrastruktury transportu lotniczego, f) dostępność pasażerów do transportu lotniczego na danej odległości lotu. Druga zaś dotyczy infrastruktury energetycznej i teleinformatycznej i obejmuje trzy wskaźniki: a) jakość dostaw energii elektrycznej; b) użytkownicy telefonii mobilnej; c) użytkownicy telefonii stacjonarnej.

Pierwszym ze wskaźników filaru *Infrastruktura* jest wskaźnik *jakości całej infrastruktury* (ang. quality of overall infrastructure). Odnosi się on do infrastruktury postrzeganej jako element gospodarki, który ma bardzo duży wpływ na funkcjonowanie innych gałęzi gospodarki zlokalizowanych na terenie kraju. Pełni ona funkcję wsparcia dla funkcjonowania innych gałęzi gospodarki. Jakość infrastruktury jest jednym z istotnych aspektów związanych z ograniczeniem emisji zanieczyszczeń przemysłowych, racjonalnym gospodarowaniem przestrzenią (geograficzna, społeczna i społeczna) oraz zrównoważonym wykorzystywaniem zasobów naturalnych. Wpływa ona również na atrakcyjność inwestycyjną danego kraju lub jego regionu, a także na podejmowanie decyzji przez potencjalnego inwestora o lokalizowaniu w danym regionie swojej działalności gospodarczej lub też rozwoju obecnie funkcjonujących zakładów. Tym samym ten element ma istotny wpływ na konkurencyjność danej gospodarki.

Jakość infrastruktury rozpatrujemy przez pryzmat zdolności do zafunkcjonowania zintegrowanego systemu transportowego. System ten może funkcjonować gdy spełnione są następujące elementy: nowoczesna i spójna infrastruktura transportowa, odpowiednia dostępność transportowa i jej stały rozwój, odpowiedni sposób organizacji oraz zarządzania systemem transportowym, poprawa bezpieczeństwa przewozów towarów i użytkowników ruchu oraz stałe ograniczanie negatywnego wpływu transportu na środowisko naturalne.

Spełnienie tych elementów jakościowych infrastruktury transportowej przyczyni się do realizacji ogólnych celów określonych w Strategii Europa 2020 (z perspektywą do roku 2030) oraz w Biuletynie Księdze Transportu [1; 2].

Odwołując się do oceny jakości całej infrastruktury przez pryzmat wskaźnika GCI, zauważyć trzeba, iż Rosja lokuje się na 71 miejscu (przy wartości wskaźnika 4,1); Ukraina na 75 miejscu (przy wartości wskaźnika 4,1); a Polska na 79 miejscu (przy wartości wskaźnika 4,0) [3, s. 311, 321, 373].

Drugim ze wskaźników filaru *Infrastruktura* jest wskaźnik *jakości dróg* (ang. quality of overall roads). Opisuje on elementy istotne dla funkcjonowania transportu kołowego. Należą do nich spójna sieć autostrad i dróg szybkiego ruchu, dostosowanie sieci dróg do ruchu o dużym natężeniu (w tym pojazdów ciężarowych) poprzez uwzględnienie nowych obszarów zabudowy, poprawy bezpieczeństwa ruchu drogowego, skrócenia czasu w ujęciu międzygałęziowym oraz komplementarności infrastruktury drogowej z punktami styku innych form transportu (koleją, transportem wodnym – portami oraz transportem powietrznym – lotniskami).

Warunek spójnej sieci autostrad i dróg szybkiego ruchu dotyczy zachowania komplementarności krajowej sieci drogowej z siecią TEN-T. W ten sposób możliwe staje się sprawne i drożne połączenie transportowe pomiędzy dużymi ośrodkami aglomeracyjnymi oraz wzrost spójności międzyregionalnej. Efekt tych działań pozwoli na pełniejsze wykorzystanie potencjału gospodarczego kraju.

Spójna sieć dróg krajowych, ekspresowych i autostrad wpływa na skrócenie czasu przejazdu pomiędzy ważnymi z punktu widzenia gospodarki ośrodkami miejskimi i przemysłowymi. Skrócenie czasu podróży w największym stopniu znajduje swoje odzwierciedlenie w ruchu pojazdów osobowych. W przypadku autobusów oraz transportu towarowego skrócenie czasu podróży ma mniejsze znaczenie, a znaczenie zyskuje płynność jazdy, dostępność (w tym zapewnienie dopuszczalnych nacisków osi) oraz bezpieczeństwo dróg.

Bezpieczeństwo ruchu jest elementem, na który wpływ odpowiednia infrastruktura drogowa. Powinna ona spełniać podstawowe standardy bezpieczeństwa, które przyczyniają się do eliminacji nieprawidłowości na drogach, a tym samym przyczyniają się do nie popełniania błędów przez uczestników ruchu drogowego. Miarą tego elementu jest liczba zabitych oraz ciężko rannych.

Oceny jakości dróg jako elementu infrastruktury dokonywane przez pryzmat wskaźnika GCI, wskazują, iż Polska lokuje się na 89 miejscu (przy wartości wskaźnika 3,5), Rosja na 124 miejscu (przy wartości wskaźnika 2,7), a Ukraina na 139 miejscu (przy wartości wskaźnika 2,2) [3, s. 311, 321, 373].

Kolejnym ze wskaźników filaru *Infrastruktura* jest wskaźnik *jakości infrastruktury kolejowej* (ang. quality of railroad infrastructure). Charakteryzuje on infrastrukturę kolejową przez pryzmat kwestii technicznych jak i usługowych (transport pasażerów i towarów). Istotna jest dostępność kolejowa, czyli łatwość dostępu do usług transportu kolejowego jaki zgłaszają obecni i potencjalni klienci.

Infrastruktura kolejowa, aby była konkurencyjna powinna mieć możliwość jej „połączenia” z innymi środkami transportu w tym głównie z transportem wodnym oraz lotniczym, a także drogowym. W warunkach polskich podejmowane są działania, których celem jest stworzenie sieci TEN-T czyli przekształcenie obecnego systemu dróg, portów lotniczych, dróg wodnych oraz kolei charakteryzujących się różnymi parametrami eksploatacyjnymi w spójną europejską sieć transportową.

Doprowadzenie do funkcjonowania spójnej europejskiej sieci transportowej w znaczący sposób wpływa na obecny i przyszły kształt infrastruktury kolejowej. Drogi kolejowe wraz ze stacjami, punktami przeładunkowymi, bocznkami oraz urządzeniami niezbędnymi do ich funkcjonowania takimi jak: wyposażenie energetyczne, wodno-kanalizacyjne, urządzenia sterowania ruchem i łączności stanowią podstawowy jej składnik [4, s. 73]. Spełnienie wymagań technicznych połączonych z dalszymi modernizacjami lub nowymi inwestycjami liniowymi pozwoli na takie przygotowanie sieci pasażerskiej jak i towarowej tworzącą spójną sieć łączącą Polskę z innymi krajami [5, s. 14].

Dążąc do poprawy konkurencyjności infrastruktury transportu kolejowego ważna jest częstotliwość kursowania pociągów (pasażerskich i towarowych) w ruchu krajowym oraz międzynarodowym. W tym celu niezbędne jest spełnianie przez główne linie kolejowe wysokich parametrów eksploatacyjnych, a w szczególności podniesienie prędkości kursowania pociągów, zwiększenia stopnia elektryfikacji, linii kolejowych dwu i więcej torowych oraz nowoczesnego systemu sygnalizacji i sterowania ruchem.

Oceniając jakość infrastruktury kolejowej w odniesieniu do transportu pasażerskiego należy zwrócić uwagę na średni czas przejazdu pomiędzy ważnymi miastami i obszarami aglomeracyjnymi oraz podniesieniu komfortu podróżowania w stosunku do transportu samochodowego. W odniesieniu do transportu kolejowego oceniając jego jakość istotnymi czynnikami wpływającymi na jego konkurencyjność jest dostępność, poziom elastyczności (głównie w odniesieniu do transportu drogowego), niezawodność (głównie spełniając warunek „dostaw na czas”) oraz szybkość transferu ładunków. Brak spełnienia tych warunków ma swoje przełożenie ekonomiczne w postaci długiego średniego czasu przejazdu pociągów towarowych, a w konsekwencji większych kosztach pracy obsługi pociągów, eksploatacji taboru oraz zwiększenia zużycia paliwa (energii) przez pociągi (jest to skutek konieczności rozpędzania pociągów po występujących miejscowo ograniczeniach prędkości).

W zakresie współpracy z innymi środkami transportu istotna jest odpowiednia liczba funkcjonujących w danym kraju terminali intermodalnych, zapewnienie sprawnego (efektywnego) połączenia portów morskich z ważnymi ośrodkami gospodarczymi.

Oceny jakości dróg jako elementu infrastruktury dokonywane przez pryzmat wskaźnika GCI, wskazują, iż, Ukraina lokuje się na 25 miejscu (przy wartości wskaźnika 4,3); Rosja na 26 miejscu (przy wartości wskaźnika 4,3); a Polska na 55 miejscu (przy wartości wskaźnika 2,9) [3, s. 311, 321, 373].

Czwartym ze wskaźników filaru *Infrastruktura* jest wskaźnik *jakości infrastruktury portowej* (ang. quality of port infrastructure), którą należy traktować jako naturalny łącznik pomiędzy transportem lądowym, a transportem morskim. W przypadku transportu ładunków na długie dystanse nabiera on szczególnego znaczenia dla gospodarki narodowej [6, s. 2]. Porty morskie i ich infrastruktura odgrywają kluczową rolę w transporcie morskim jako kluczowe centra logistyczne. Czynnikiem mającym wpływ na ocenę konkurencyjności poszczególnych portów jest ich odległość od oceanicznych szlaków żeglugowych. Miarą jest wskaźnik średniego eksportu i importu przypadający na jeden port zlokalizowany na terenie danego kraju.

Istotnym elementem jest zapewnienie połączeń transportowych infrastruktury portowej z ośrodkami gospodarczymi jakie funkcjonują w danym kraju. Funkcjonowanie infrastruktury portowej jako elementu zintegrowanego systemu transportowego przyczynia się do poprawy konkurencyjności całej gospodarki. Stąd istotną kwestią jest przystosowanie terminali portowych do obsługi transportu multimodalnego. Obsługa tego rodzaju transportu pozwala na przenoszenie ładunków transportowanych drogą morską na inne formy transportu (z naciskiem na wybór innej formy transportu niż transport

drogowy), a tym samym przyczynia się do lepszego, sprawniejszego oraz bezpieczniejszego (z punktu widzenia wariantów dostarczenia lub odbioru towarów do portu (z portu).

Kluczowym elementem wyznaczania konkurencyjności danej infrastruktury portowej oprócz zdolności do obsługi transportu intermodalnego jest dostosowanie dostępu do niej od strony morza. Dotyczy to zdolności do obsługi większych (niż obecnie są obsługiwane) statków. Stąd ważną rolę odgrywa kwestia odpowiednich parametrów torów wodnych prowadzących do portów (czyli infrastruktury portowej) od strony morza, a także wielkość i głębokość kanałów i basenów portowych, dopuszczalne obciążenie nabrzeży, stopień rozwinięcia nabrzeży przeładunkowych. Taka zmiana parametrów infrastruktury portowej oraz infrastruktury dostępu od strony morza będzie skutkowała możliwością przyjmowania statków o większych parametrach pojemności oraz nośności handlowej. Tym samym spowoduje też, iż statki, które wpływały lub wypływały z danego portu jedynie częściowo załadowane, będą mogły w pełni wykorzystać swoje parametry.

Pelen obraz kategorii infrastruktura portowa nie może pominąć portów oraz przeładowni śródlądowych. Ich zdolności przeładunkowe oraz możliwości świadczenia usług są zależne od wykorzystywanych dróg śródlądowych w systemie transportowym. Eksploatacja dróg śródlądowych jest zależna od ich klasy żeglowności, a to z kolei wpływa na rodzaje wykorzystywanych w transporcie statków oraz zestawów pchających. W przypadku wodnych dróg śródlądowych istotne jest również ich powiązanie z siecią centrów logistycznych oraz zdolnością do świadczenia szerokiego zakresu usług transportowych [7].

Oceny jakości infrastruktury portowej jako elementu infrastruktury dokonywane przez pryzmat wskaźnika GCI, wskazują, iż Polska lokuje się na 78 miejscu (przy wartości wskaźnika 4,0); Rosja na 81 miejscu (przy wartości wskaźnika 3,9); a Ukraina na 107 miejscu (przy wartości wskaźnika 3,3) [3, s. 311, 321, 373].

Następnym ze wskaźników filaru *Infrastruktura* jest wskaźnik jakości *infrastruktury transportu lotniczego* (ang. quality of air transport infrastructure). Obszar odniesienia tego wskaźnika jest w swojej zasadniczej konstrukcji analogiczny do infrastruktury innych gałęzi transportu.

Na infrastrukturę transportu lotniczego składają się elementy liniowe i punktowe. Elementy punktowe to międzynarodowe i regionalne porty lotnicze, lotniska oraz lądowiska. Natomiast do elementów liniowych zalicza się drogi lotnicze [4, s. 140] czyli wycinki przestrzeni powietrznej klasyfikowane jako drogi międzynarodowe (o szerokości 20 NM – mil morskich) oraz drogi krajowe (o szerokości 10NM).

Jakość infrastruktury lotniczej można oceniać dokonując analizy składowych odejmujących wymienione elementy. Oceniając jakość punktowej infrastruktury transportu lotniczego, czyli lotnisk [8, art. 2, ust. 4] należy zwrócić uwagę na ich klasyfikację, to jest ich podział ze względu na zakres ruchu statków powietrznych, dostępności dla użytkowników, umiejscowienie, rodzaj drogi startowej, rodzaj przyjmowanych statków powietrznych, kategorię podejścia do lądowania, kategorię ochrony przeciwpożarowej oraz kod referencyjny lotniska.

Istotnym elementem oceny jakości punktowej infrastruktury transportu lotniczego jest jej zlokalizowanie oraz połączenie z innymi środkami transportu oraz dostępność dla użytkowników. Stąd ważnym czynnikiem jest możliwości dotarcia do lotnisk z wykorzystaniem nie tylko transportu drogowego, ale również z wykorzystaniem kolei. Lokalizacja lotniska jest powiązana z jego dostępnością dla użytkowników statków powietrznych oraz pasażerów korzystających z usług linii lotniczych. Dla użytkowników statków powietrznych istotna jest możliwość korzystania z lotniska bez ograniczeń spowodowanych np. bliskością osiedli mieszkaniowych co znajduje swoje odzwierciedlenie z wymaganiami dotyczącymi ograniczenia emisji hałasu jaki jest emitowany podczas wykonywania operacji lotniczych.

W przypadku pasażerów korzystających z usług linii lotniczych istotnym czynnikiem związanym z podejmowaniem decyzji o wykorzystaniu danego lotniska jest jego połączenie z siecią drogową, możliwość dotarcia z wykorzystaniem transportu kolejowego oraz szeroki wachlarz usług dodatkowych (np. parkingi dla samochodów osobowych, bliskość hoteli, itd.).

Oceny jakości infrastruktury transportu lotniczego jako elementu infrastruktury dokonywane przez pryzmat wskaźnika GCI, lokują Rosję na 79 miejscu (przy wartości wskaźnika 4,1); Polskę na 86 miejscu (przy wartości wskaźnika 4,0); a Ukraina lokuje się na 99 miejscu (przy wartości wskaźnika 3,8) [3, s. 311, 321, 373].

Wskaźnik *zdolności przewozowe* (ang. available airlines seat km/week, millions) to szósty ze wskaźników filaru *Infrastruktura*. Wartość tego wskaźnika jest iloczynem liczby miejsc dostępnych w samolotach jakie operują z lotnisk danego kraju i liczby kilometrów wykonanych lotów przez te samoloty w ciągu tygodnia na milion mieszkańców danego kraju. Wartość tego wskaźnika jest wy-

padkową działalności dwóch rodzajów podmiotów funkcjonujących w sektorze transportu lotniczego: portów lotniczych oraz przewoźników.

Wpływ lotnisk i portów lotniczych na zdolności przewozowe wynika z ich klasyfikacji oraz odpowiedniego umiejscowienia. Odpowiednia klasyfikacja lotniska pozwala mu na sprawniejsze funkcjonowanie i obsługiwanie operacji lotniczych w trudnych warunkach atmosferycznych. Port lotniczy posiadający zdolność do prawie ciągłego obsługiwanie ruchu lotniczego oraz przyjmowania samolotów różnych wielkości mają odpowiednio lepszą ofertę handlową skierowaną do przewoźników lotniczych. Tym samym poszczególne porty lotnicze przyciągając przewoźników lotniczych powiększają siatkę połączeń.

Pasażerowie korzystający z usług oferowanych przez dany port lotniczy oceniają jego atrakcyjność przez pryzmat możliwości połączeń krajowych, regionalnych, międzynarodowych oraz międzykontynentalnych. Im większa jest siatka połączeń dostępnych z danego portu lotniczego tym atrakcyjniejsze staje się ono z punktu widzenia pasażera.

Przewoźnicy lotniczy korzystając z danego portu lotniczego z kolei zwracają uwagę na efektywność ekonomiczną swoich działań. Na wyniki ekonomiczne przewoźnika lotniczego znaczący wpływ mają koszty paliw oraz liczba obsługiwanych pasażerów. Dlatego coraz więcej linii lotniczych stara się ograniczyć liczbę operacji lotniczych, a zarazem dąży do obsługi jak największej liczby pasażerów. Te działania są oczywiście uzależnione od rodzaju danego przewoźnika lotniczego. W zależności czy jest to przewoźnik liniowy, nisko kosztowy czy też czarterowy zakres stosowanych działań oraz siatka połączeń będzie się różniła.

Oceny zdolności przewozowych przewoźników i portów lotniczych dokonywane przez pryzmat wskaźnika GCI, lokują Rosję na 11 miejscu (przy wartości wskaźnika 3685,0 km/tydz./milion mieszkańców); Polskę na 51 miejscu (przy wartości wskaźnika 344,3) i Ukrainę na 61 miejscu (przy wartości wskaźnika 229,7) [3, s. 311, 321, 373].

Wskaźnik *jakości dostaw energii elektrycznej* (ang. quality of electricity supply) to siódmy ze wskaźników filaru *Infrastruktura*. Jako taki określa on także efektywność funkcjonowania infrastruktury elektroenergetycznej będącej systemem złożonym z elementów wytwórczych (elektrownie), sieci przesyłowych, przesyłowo-rozdzielczych oraz sieci niskiego napięcia (dystrybucyjnych). Tak funkcjonujący system umożliwia wyprodukowanie oraz transport energii elektrycznej do odbiorcy końcowego nawet na duże odległości. Odbiorcą końcowym całego systemu infrastruktury elektroenergetycznej są dwie główne grupy klientów na rynku krajowym: gospodarstwa domowe oraz odbiorcy przemysłowi. Dodatkowym elementem systemu elektroenergetycznego jest system połączeń transgranicznych, czyli połączeń polskiego systemu elektroenergetycznego z systemami elektroenergetycznymi państw sąsiadujących. Kształt funkcjonującego systemu elektroenergetycznego powinien ulec zmianie w związku z istniejącymi oraz przyszłymi uwarunkowaniami gospodarczymi, społecznymi i demograficznymi.

Dbając o jakość rozwoju infrastruktury elektroenergetycznej powinno uwzględnić się: a) proces migracji ludności czyli przepływ ludności z terenów wiejskich lub małych miast do obszarów metropolitalnych; b) prognozowany wzrost popytu na elektryczność; c) rozwój energetyki z odnawialnych źródeł energii oraz energetyki rozproszonej; d) zapewnienie bezpieczeństwa energetycznego kraju związanych z zapewnieniem dróg transportu energii do i wewnątrz kraju.

Obecnie elektrownie (zwane również źródłami wytwórczymi) umiejscowione są głównie w centralnej i południowej Polsce. Wynika to z faktu bliskości źródeł surowca energetycznego (węgla) oraz silnego uprzemysłowienia tego obszaru kraju. Na terenie północnej i wschodniej Polski nie ma zlokalizowanych źródeł wytwórczych i jest to jeden z elementów wpływających na mniejszą konkurencyjność tych obszarów kraju w przypadku podejmowania decyzji inwestycyjnych przez podmioty gospodarcze. Oddzielną kwestią jest obecny stan elektroenergetycznej sieci przesyłowej, rozdzielczej i dystrybucyjnej. Obecnie funkcjonująca infrastruktura wymaga poniesienia dodatkowych nakładów inwestycyjnych zarówno w sieć przesyłową jak i dystrybucyjną [9, s. 408]. Jest to związane z pewnymi uwarunkowaniami gospodarczymi i ustrojowymi w jakich był tworzony główny kształt sieci infrastruktury elektroenergetycznej Polski, który koncentrował się na likwidacji obszarów nieelektryfikowanych oraz zapewnienia funkcjonowania głównych struktur przemysłowych polskiej gospodarki.

Oceniając ten wskaźnik należy brać pod uwagę obecny kształt infrastruktury elektroenergetycznej na każdym jej poziomie z zwróceniem uwagi na główne źródła wytwórcze (elektrownie w podziale na węglowe, gazowe, wodne, jądrowe oraz zasilane z odnawialnych źródeł energii), liczbę i awaryjność infrastruktury liniowej (sieci przesyłowe i dystrybucyjne) oraz liczbę połączeń transgranicznych.

Oceny jakości dostaw energii elektrycznej dokonywane przez pryzmat wskaźnika GCI, lokują Polskę na 46 miejscu (przy wartości wskaźnika 5,5); Ukrainę na 69 miejscu (przy wartości wskaźnika 4,9); a Rosję na 73 miejscu (przy wartości wskaźnika 4,8) [3, s. 311, 321, 373].

Kolejny wskaźnik filaru *Infrastruktura* to wskaźnik *mobilnych usług telefonicznych* opisywany liczą użytkowników telefonii mobilnej przypadającej na 100 mieszkańców (ang. mobile telephone subscriptions/100 pop). Analizując rynek usług mobilnych w Polsce należy zwrócić uwagę na następujące elementy wpływające na wynik tego wskaźnika. Do elementów tych należy zaliczyć: a) liczbę podmiotów gospodarczych świadczących usługi telefonii mobilnej wraz z wskazaniem głównych podmiotów gospodarczych funkcjonujących na tym rynku; b) rodzaj technologii jaką stosują poszczególni operatorzy telefonii mobilnej i ich zasięg; c) liczby użytkowników (klientów) telefonii mobilnej w podziale na rodzaj płatności za konsumowane usługi – opłaty abonamentowe i przedpłacone.

Analizując liczbę podmiotów gospodarczych (operatorów telekomunikacyjnych) świadczących usługi telefonii mobilnej należy zwrócić uwagę na głównych graczy rynkowych oraz pozostałych operatorów. Główni gracze rynkowi to przedsiębiorstwa posiadające znaczący udział rynkowy (od kilkunastu do kilkudziesięciu procent rynku). W warunkach polskiego rynku telefonii komórkowej funkcjonuje czterech głównych operatorów telekomunikacyjnych. Rynek usług mobilnych w Polsce jest cały czas w fazie wzrostu. Stale przybywa liczba klientów operatorów telefonii komórkowej, a jest ono wyrażana za pomocą liczby aktywnych kart SIM. Obserwuje się stopniowy wzrost ruchu abonentów sieci mobilnych i przeniesienie części zachowań konsumpcyjnych klientów z usług stacjonarnych na usługi mobilne. Jednak należy zwrócić uwagę na liczbę klientów poszczególnych operatorów, którym świadczone są usługi na zasadzie opłaty przedpłaconej oraz comiesięcznej abonamentowej [10, s. 28].

Oceny infrastruktury dokonane przez pryzmat wskaźnika GCI charakteryzujące liczbę użytkowników mobilnych usług telefonicznych lokują Rosję na 20 miejscu (przy wartości wskaźnika 152,8/100 mieszkańców); Polskę na 23 miejscu (przy wartości wskaźnika 150,0/100 mieszkańców); a Ukrainę na 33 miejscu (przy wartości wskaźnika 138,1/100 mieszkańców) [3, s. 311, 321, 373].

Ostatnim ze wskazanych wskaźników GCI opisujących filar *Infrastruktura* jest *wskaźnik użytkowników stacjonarnych linii telefonicznych przypadających na 100 mieszkańców* (ang. fixe telephone lines/100 pop.). Dostęp do usług telefonii stacjonarnej w warunkach polskiego rynku telekomunikacyjnego jest też jednym z głównych elementów wpływających na dostęp do usług dostępu do Internetu szerokopasmowego. To powiązanie wynika z zastosowanych technologii dostępowych opartych na wykorzystaniu tzw. łączy telefonicznych (POTS) do świadczenia usług dostępu do internetu xDSL. Istotnymi elementami związanymi z analizą tego czynnika jest liczba i zasięg działających operatorów świadczących stacjonarne usługi telekomunikacyjne oraz technologie jakie wykorzystują (dotyczy kwestii związanych z dostępem do Internetu szerokopasmowego) [10, s. 27]. Dotyczy to zwłaszcza zgrubnego podziału na technologie dostępu stacjonarnego (wykorzystujący tzw. technologie oparte na kablu lub światłowodzie) oraz bezprzewodowego (opartego na technologiach wykorzystywanych również przez operatorów telefonii komórkowej). Przy analizowaniu tego wskaźnika należy zwrócić uwagę na liczbę łączy głównych, liczbę dostępow do szerokopasmowego Internetu (przy czym tam gdzie dostęp do Internetu jest z wykorzystaniem tzw. technologii kablowych, tam jest przeważnie większa przepustowość oferowanych łączy) oraz liczbę dostępow bezprzewodowych. Zasięg oferowanych usług przez poszczególnych operatorów, ma także wpływ na konkurencyjność poszczególnych regionów poprzez umożliwienie obecnie funkcjonującym podmiotom gospodarczym oraz potencjalnym inwestorom dostępu do szybkiej wymiany informacji.

Oceny infrastruktury dokonane przez pryzmat wskaźnika GCI charakteryzujące stacjonarne linie telefoniczne, lokują Rosję na 39 miejscu (przy wartości wskaźnika 28,5/100 mieszkańców); Ukrainę na 45 miejscu (przy wartości wskaźnika 26,2/100 mieszkańców); a Polskę na 78 miejscu (przy wartości wskaźnika 13,9/ 100 mieszkańców) [3, s. 311, 321, 373].

Przedstawiona istota wyznaczników i wskaźników infrastruktury wskazuje na znaczący wpływ infrastruktury na kształtowanie konkurencyjności gospodarek narodowych. Jej rola jest kluczową w zapewnianiu sprawnego i nie zakłóconego funkcjonowania gospodarki. Ma ona istotny wpływ na podejmowanie decyzji i działań związanych z lokalizacją działalności gospodarczej (zarówno produkcyjnej jak i usługowej). Odpowiednie jej lokalizowanie i rozwój wpływa na rozwój danego kraju. Ma ona wpływ na rozwój regionalny, integrację rynku krajowego oraz zapewnienie optymalnych połączeń z innymi krajami.

Spis wykorzystanej literatury

1. **Komunikat** Komisji „Europa 2020 Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu”. – COM 2020 wersja ostateczna. – 2010.
2. **Komunikat** Komisji „BIAŁA KSIĘGA Plan utworzenia jednolitego europejskiego obszaru transportu – dążenie do osiągnięcia konkurencyjnego i zasobooszczędnego systemu transportu”. – COM, 144 wersja ostateczna. – 2011.
3. **The Global Competitiveness Report 2014–2015** : World Economic Forum. – Lausanne, 2014.
4. **Rydzikowski, W.** Transport / W. Rydzikowski, K. Wojewódzki-Król. – Warszawa : PWN, 2008.
5. **Implementacja** do Strategii Rozwoju Transportu do 2020 r. (z perspektywą do 2030) // Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju. – Warszawa : Październik, 2014.
6. **Komunikat** Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów „Niebieski wzrost” szanse dla zrównoważonego wzrostu w sektorach morskich. – COM, 494 wersja ostateczna. – Bruksela, 2012.
7. **Rozporządzenie** Rady Ministrów z dnia 7.05.2002 roku w sprawie klasyfikacji śródlądowych dróg wodnych / Dz.U. – 2002. – № 77. – Poz. 695.
8. **Ustawa** Prawo Lotnicze / Dz.U. – 2022. – № 130. – Poz. 1112 z późn. zm.
9. **Malko, J.** Przestrzenne uwarunkowania i potrzeby terytorialne związane z rozwojem systemów technicznej infrastruktury energetycznej / J. Malko, Z. Parczewski. – Rekomendacje dla KPZK. Tom II. – Warszawa : MRR, 2012.
10. **Łączność** – wyniki działalności w 2013. – Warszawa : GUS, 2014.

UDC 338.1

Z. Stachowiak (zenstach@wp.pl),
prof., dr hab.

*Instytut Socjologii WNHiS
Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego
Warszawa, Polska*

WYZNACZNIKI OCEN KONKURENCYJNOŚCI GOSPODARKI NARODOWEJ

Artykuł pod tytułem „Wyznaczniki ocen konkurencyjności gospodarki narodowej” uwagę rozważań koncentruje na dylematach rozpoznania istoty pojęcia konkurencyjności oraz determinantach kształtowania konkurencyjności gospodarek narodowych i jej ocenach. Potwierdziły one, że są one zagadnieniem istotnym z punktu widzenia teorii jak i praktyki życia gospodarczego. Wiąże się ze zbiorem licznych zjawisk i procesów które powinny być identyfikowane, analizowane i oceniane, a następnie uwzględniane w rankingach międzynarodowych. Poczynione rozważania wskazały na potrzebę ich traktowania jako weryfikatorów stanu koniunktury gospodarczej w danym kraju. Dowiodły także tego, że o pozycji rankingowej, jak i poziomie i charakterze konkurencyjności międzynarodowej stanowi cały szereg uwarunkowań kształtowania tego procesu.

The article entitled „Determinants of assessment-competitiveness of national economy” concentrates on recognition of the competitiveness essence dilemmas and determinants of shaping national economy competitiveness and its assessment. They proved their importance from the point of view of the theory and practice of economic life. They relate to collection of multiple occurrences and processes which should be identified, analysed and assessed and taken under consideration by international rankings. All these considerations direct to the need of treating them as the operators of the economic situation in certain country. They also proved that the position in the ranking, degree and character of international competitiveness determine plenty of conditions shaping the process.

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość; innowacyjność; konkurencyjność gospodarek narodowych; wyznaczniki konkurencyjności; wskaźniki konkurencyjności.

Key words: entrepreneurship; innovativeness; competitiveness of national economy; determinants of competitiveness; indicators of competitiveness.

Uwaga teorii ekonomii jak i praktyki gospodarczej koncentruje się w znacznym zakresie na problemie konkurencyjności postrzeganej w wymiarze makroekonomicznym. W odniesieniu do rynku globalnego jest to konkurencyjność poszczególnych gospodarek narodowych, przekładająca się na ich konkretne miejsce, rolę i znaczenie w systemie gospodarki światowej, a także gospodarki kontynentalnej lub regionalnej. By je wskazać konieczne jest rozpoznanie rozumienia pojęcia konkurencyjności gospodarek oraz wyznaczników i mierników ich opisu. Pomocnym w tym względzie okazują się metody i instrumentarium określania konkurencyjności przez wiodące międzynarodowe organizacje go-

spodarcze i instytucje badawcze, które to bazują także w znacznym zakresie na informacjach pozyskiwanych z poszczególnych narodowych instytucji jak i ośrodków naukowo-badawczych.

Dylematy rozpoznania istoty pojęcia konkurencyjności. Pojęcie konkurencyjności zwane również rywalizacją lub współzawodnictwem jest znane od zarania dziejów. Współcześnie traktowane jest jako zjawisko uniwersalne, które uwidacznia się najbardziej w gospodarce i jest przedmiotem zainteresowania nie tylko teoretyków ekonomistów i praktyków życia gospodarczego, jak również rządów poszczególnych państw, a także organizacji międzynarodowych.

Pojęcie konkurencyjności związane jest z pojęciem konkurencji. W literaturze ekonomicznej przyjmuje się, iż pochodzi ono od łacińskiego słowa „*concurrere*”, tłumaczonego jako „biec razem”. Oznacza ono w istocie „*współzawodnictwo, rywalizacja*” [1, s. 275]. Charakteryzuje więc relacje pomiędzy podmiotami, które by osiągnąć wyznaczone cele rywalizują z innymi podmiotami. Jako kategoria ekonomiczna ma wiele definicji, najczęściej wskazuje się jako: „...proces, w którym uczestnicy rynku dążąc do realizacji swych interesów, próbują przeciwstawić korzystniejsze od innych oferty ceny, jakości, warunków dostaw i płatności oraz innych ważnych dla kontrahentów elementów transakcji” [2, s. 25].

Syntezyując istotę innych definicji (w ślad za H. G. Adamowicz-Drwiłło) – konkurencję postrzegać można jako: proces, za którego pomocą uczestnicy rynku, dążąc do realizacji swoich interesów, próbują przedstawić korzystniejsze od innych oferty pod względem ceny, jakości lub innych charakterystyk, wpływających na decyzję zawarcia transakcji (D. R. Kamerschen, R. B. McKenzie, C. Nardineli); sytuację na rynku, w której firmy lub sprzedawcy niezależnie od siebie dążą do patronatu nad kupującym (B. Majewska-Jurczyk, Z. Jurczyk); konfrontację wszystkich podmiotów gospodarczych w sferze zarówno popytu, jak i podaży dóbr i usług, środków produkcji i środków konsumpcji; walkę przedsiębiorstw o rynek, wybór najkorzystniejszych warunków wymiennych (M. Syrek); współzawodnictwo, rywalizację o zwiększenie udziału w rynku i zysków (J. Remond, M. M. Salort); wzajemne oddziaływanie na siebie sprzedających i kupujących (A. Błaszczński, J. Stygares); rywalizację między przedsiębiorstwami o zwiększenie swojego udziału w rynku, która prowadzi do poprawy jakości produktów i do innowacji; rywalizację różnych osób (podmiotów) dążących do osiągnięcia analogicznych celów i prowadzących działania utrudniające lub uniemożliwiające ich osiągnięcie przez rywali (J. Penc); rywalizację przedsiębiorstw o korzyści ekonomiczne osiągane ze sprzedaży dóbr i usług o rynku zaopatrzenia i siłę roboczą (S. Gronowski) [3, s. 18–20]; czy też zdolność do długofalowego, zyskowego wzrostu, dokonującego się w warunkach gospodarki otwartej (W. Bieńkowski) [4, s. 12].

Pojęcie konkurencyjności, mimo wielu ujęć, nie doczekało się jednak zwiezłej i ogólnej akceptowanej przez wszystkich definicji. Ich ilość nieustannie wzrasta, z kilkunastu z końca lat czterdziestych do ponad 400 obecnie [5, s. 17]. Mimo, że wiele cech powtarza się w definicjach u różnych autorów, to jednak każdy definiujący konkurencyjność wnosi coś nowego, sprawiając że nie jest ono definicją precyzyjną. W badaniach ekonomicznych rozpatrywana jest ona w dwóch nurtach. Pierwszy odwołuje się przede wszystkim do klasycznej teorii konkurencji (E. Chamberlin, J. Bain, G. Stigler) na bazie teorii rynku. Drugi z nurtów odnosi się do roli państwa w gospodarce rynkowej (M. E. Porter) [6, s. 26]. Przy wielości terminów „konkurencja” jako kategorii ekonomicznej, niektórzy znawcy tej problematyki (M. E. Porter, G. Hamel, C. K. Prahalad, M. Casson, E. Penrose) w swoich licznych pracach nie definiują tej kategorii lub definiują tylko jej efekty, mianowicie przewagę, pozycję, czy też zdolność konkurencyjną [7, s. 86].

W sukurs takiemu podejściu idą definicje konkurencyjności przedstawione przez autorytatywne międzynarodowe instytucje naukowo-badawcze oraz gospodarce organizacje międzynarodowe w swoich raportach. W European Competitiveness Report jego autorzy przez konkurencyjność rozumieją zdolność gospodarki narodowej do podnoszenia poziomu życia społeczeństwa. Oznacza to wiązanie rozwoju gospodarczego z akceptowanymi modelami społecznymi, a w konsekwencji konieczności uwzględnienia określonych ograniczeń [8, s. 15–16]. Na Światowym Forum Ekonomicznym w Lozannie w 1994 roku konkurencyjność określono wówczas jako „*zdolność kraju lub przedsiębiorstwa do tworzenia większego bogactwa niż konkurenci na rynku światowym*” [9, s. 18]. Tak rozumiana konkurencyjność skłania do wniosku, iż gospodarka by zostać uznana za konkurencyjną musi tworzyć bogactwo, które będzie większe niż bogactwo konkurentów. Podobnie interpretuje pojęcie konkurencyjności międzynarodowej wielu ekonomistów polskich (K. Żukrowska, D. Hübner, J. W. Bossak).

Z kolei szwajcarski Międzynarodowy Instytut Zarządzania i Rozwoju – IMD (Institut for Management Development) z Lozanny, który opracowuje i publikuje raport World Competitiveness

Yearbook traktuje konkurencyjność jako efekt kombinacji zasobów gospodarczych, procesów gospodarczych oraz umiędzynarodowienia działalności gospodarczej [10, s. 31].

Determinanty konkurencyjności gospodarek narodowych. Określenie determinantów konkurencyjności całych gospodarek jest zdecydowanie trudniejsze. Niektórzy uważają, że konkurencyjność narodowa to zjawisko makroekonomiczne, będące funkcją takich zmiennych, wiązać należy ją się z bogactwem zasobów naturalnych. Można więc stwierdzić, że konkurowanie gospodarki narodowej jest to pewna zdolność danego kraju do:

- tworzenia większego bogactwa niż konkurenci na rynku światowym,
- osiągania dynamicznego wzrostu gospodarczego,
- wytwarzania dóbr i usług, które w warunkach wolnego handlu są akceptowane na rynku światowym, przy jednoczesnym wzroście realnych dochodów ludności,
- wytworzenia warunków sprzyjających rozwojowi międzynarodowej konkurencyjności przemysłów danych narodów oraz międzynarodowej konkurencyjności firm działających w ramach poszczególnych krajów przemysłowych i branż [11, s. 273].

Konkurencyjnym jest ten kraj, który w warunkach konkurencji globalnej jest w stanie osiągać wyższe od średniej i ustabilizowane tempo wzrostu dochodu realnego per capita oraz skracać czas pracy i poprawiać jakość życia. Pojęcie konkurencyjności gospodarki ściśle wiąże się z zbiorem pojęć które ją doprecyzowują. Tworzą go takie pojęcia jak: przewaga konkurencyjna, pozycja rynkowa oraz pozycja konkurencyjna.

Od lat Międzynarodowy Fundusz Walutowy, Bank Światowy, OECD i Komisja Europejska dokonują analizy konkurencyjności porównując w ten sposób kraje między sobą. Prowadzone są również analizy porównawcze produktywności czynników produkcji – Total Factor Productivity. Międzynarodowe porównania, ukazujące zmiany w produktywności zasobów, mogą dotyczyć całości gospodarek lub sektorów.

Przykładem takiego podejścia jest raport Banku Światowego – Doing Business, który szereguje gospodarki narodowe (189 krajów w 2013 r.) pod względem oceny warunków prowadzenia działalności biznesowej, na którą składają się oceny 10 obszarów, a mianowicie: rozpoczynania działalności gospodarczej, uzyskiwania pozwoleń na działalność, zatrudnienie pracowników, rejestrowania własności, dostępności do zewnętrznego finansowania, ochrony inwestorów, łatwość płacenia podatków, wymiana międzynarodowa, dochodzenie praw na drodze sądowej oraz likwidacja działalności. Kraj, aby zostać uznany za konkurencyjny musi charakteryzować się produktywnością na dość wysokim poziomie, sprawnością, efektywnością, ale też musi wykazywać przedsiębiorczość, innowacyjność i elastyczność. Posiadanie tych cech sprzyja wykorzystaniu szans i uniknięciu zagrożeń związanych ze zmianami technologicznymi, instytucjonalnymi oraz organizacyjnymi.

Identyfikacja i charakterystyka czynników konkurencyjności gospodarek narodowych upoważnia do przywołania koncepcji tzw. „Piramidy konkurencyjności” zaprezentowanej przez Komisję Europejską w 1997 roku. Jej koncepcja przedstawia czynniki konkurencyjności związane z poziomem życia, poziomem zatrudnienia oraz produktywnością czynników wytwórczych. Prezentuje ona cały zestaw różnych czynników, które determinują konkurencyjność. Szczyt piramidy tworzy syntetyczny wskaźnik życia (PKB na 1 mieszkańca) [8, s. 15–16]. Standard życia zaś rozgałęzia się na dwa wskaźniki: stopę zatrudnienia i produktywność.

Piramida konkurencyjności znajduje wiele wspólnych cech z „magicznym czworobokiem” (magic quadriangle), którego główne elementy to: wskaźnik wzrostu gospodarczego (tempo przyrostu GDP), wzrost zatrudnienia, wskaźnik wzrostu cen (inflacji) oraz stan bilansu płatniczego [12, s. 70].

Wskazane w Strategii Lizbońskiej czynniki konkurencyjności obok czynników o charakterze gospodarczym uwzględniają również te które dotyczą również bezpieczeństwa socjalnego oraz ochrony środowiska. Są to: *sytuacja gospodarcza kraju, zatrudnienie, innowacyjność i badania, reforma ekonomiczna oraz spójność społeczna* [8, s. 16–17].

Wyszczególnienie podstawowych czynników określających zdolność konkurencyjną jest rzeczą względnie prostą. Raport OECD za 1998 rok dotyczący nauki, techniki i przemysłu przedstawia determinanty konkurencyjności. W praktyce dla każdego kraju podstawowymi czynnikami wpływającymi na konkurencyjność gospodarek są: *dynamika gospodarcza; specjalizacja przemysłowa i handlowa; poziom kosztów i cen; sytuacja makroekonomiczna oraz warunki ekonomiczne, instytucjonalne, administracyjne i prawne tworzące ramy funkcjonowania przedsiębiorstw, sektorów i regionów* [12, s. 72].

Bardzo podobne ujęcie i wyszczególnienie podstawowych czynników określających konkurencyjność kraju stosowane jest przez International Instytut for Management and Development (IMD) w Lozannie. Instytut przygotowuje każdego roku ranking państw uwzględniając w ocenie

osiem grup czynników, które określają konkurencyjność: *pierwsza - gospodarka narodowa*, druga – umiędzynarodowienie, trzecia – rząd, *czwarta – finanse*; *piąta – infrastruktura*; *szósta - nauka i technologia*. *siódma - kadra kierownicza* oraz *ósma - ludzie*.

Jeszcze inne zestawienie grup czynników konkurencyjności przedstawili J. D. Sachs i G. L. Stone, zajmujący się problemami konkurencyjności, w ramach projektu Raportu Konkurencyjności Globalnej (The Global Competitiveness Report), a mianowicie: otwartość gospodarki; rola państwa; infrastruktura; technologie; siła robocza; instytucje obejmujące jakość instytucji prawnych, ich funkcjonowanie, a także wielkość korupcji.

Idea konkurencyjności międzynarodowej nabrała na znaczeniu wraz z nasileniem się procesów globalizacji i regionalizacji. Na jej obecną postać i dynamikę wpływ mają przede wszystkim przeobrażenia społeczno-ekonomiczne współczesnego świata. Warunki te w zasadniczy sposób zmieniły charakter konkurencyjności [10, s. 22].

Różnym koncepcjom konkurencyjności gospodarek narodowych odpowiadają odmienne próby wyjaśnienia przyczyn wzrostu konkurencyjności. Zalicza się do nich najczęściej: posiadanie bogactw naturalnych, których rozmiary wyjaśniają przewagę konkurencyjną narodów; posiadanie taniej siły roboczej; korzystne parametry makroekonomiczne, politykę gospodarczą rządu oraz szeroko rozumiane metody zarządzania.

Jedną z takich koncepcji jest koncepcja przewagi konkurencyjnej zaproponowana przez Michaela E. Portera. Opiera się ona na schemacie zwanym „diademem przewagi konkurencyjnej”. Ujmuje ona czynniki, w których skład wchodzi: warunki czynników produkcji, warunki popytu, strategia, struktura i rywalizacja firm, sektory pokrewne i wspomagające. Łączy ona czynniki makroekonomiczne i mikroekonomiczne [13, s. 145].

Podsumowując można stwierdzić, iż wśród wszystkich wymienionych klasyfikacji czynników wpływających na konkurencyjność wyróżnia się czynniki, jak zasoby ludzkie, zasoby kapitału, technologie, innowacyjność, czynniki decydujące o alokacji tych zasobów i ich tworzeniu, chociażby jak regulacje czy jakość instytucji.

Determinanty konkurencyjności i ich ocean. We współczesnym świecie, gdy rywalizacja zyskuje charakter globalny i wpływa praktycznie na wszystkie dziedziny życia społecznego, ważnym jest aby zastanowić się jakie są uwarunkowania konkurencyjności gospodarek narodowych. Czynniki wpływającymi na kształt konkurencyjności zajmują się instytucje analizujące konkurencyjność. Do znanych oraz cenionych analiz konkurencyjności należą ujęcia World Economic Forum (Światowe Forum Gospodarcze) oraz International Institut for Management Development (Międzynarodowy Instytut Zarządzania i Rozwoju w Lozannie). Oba ośrodki choć analizą obejmują ten sam problem, zasadniczo różnią się w podejściu merytorycznym zarówno co do liczby krajów objętych analizą, jak również w metodzie obliczania wskaźników [14, s. 16]. Ustalenie pozycji kraju w międzynarodowym rankingu konkurencyjności gospodarek i społeczeństw może być dokonane różnymi metodami. Przywołują one indeksy syntetyczne (zagregowane), które składają się z kilkunastu wskaźników prostych, takich jak: indeksy konkurencyjności. Prace tych instytucji publikowane są co roku w raportach. Dostarczają one bogatej informacji o badanych krajach, poprzez oceny poziomu konkurencyjności kraju w postaci konkretnego wskaźnika [15].

Pierwszą organizacją zajmującą się analizą i oceną konkurencyjności jest World Economic Forum (WEF). Według niej o konkurencyjności gospodarki decyduje przede wszystkim: stabilna sytuacja makroekonomiczna oraz polityczna; podstawy gospodarcze tkwiące w sposobie działania firm oraz w ich strategiach, a także nakładach inwestycyjnych; oraz polityka rządu sprzyjająca wzajemnemu konkurowaniu przedsiębiorstw. Według ekspertów WEF konkurencyjność zależy od działań rządu, który wywiera wpływ na możliwości rozwoju gospodarki poprzez politykę edukacyjną, zakupy rządowe, regulacje importu itp. Za podstawę analiz przyjmują oni osiem wskaźników, które obejmują: pierwszy: *otwarcie gospodarki* (13 kryteriów): handel zagraniczny, bezpośrednie inwestycje zagraniczne, transfery finansowe, polityka kursów walutowych; drugi: rząd (22 kryteria): zaangażowanie państwa w gospodarkę, udział wydatków rządowych, deficyt budżetowy, stopa oszczędności, stopy podatkowe, przygotowanie administracji; trzeci: finanse (24 kryteria): konkurencja na rynku finansowym, proporcje między krajowymi oszczędnościami a inwestycjami, pozycja uzyskana w rankingach międzynarodowych opartych na szacunkach ryzyka inwestycyjnego itp.; czwarty: infrastruktura (16 kryteriów): poziom inwestycji infrastrukturalnych, jakość dróg komunikacyjnych (kolei, połączeń lotniczych i związanej z nimi infrastruktury), ceny; piąty: technologia (23 kryteria): liczba komputerów, zasięg zaawansowanych technologii, poziom i jakość badań rozwojowych, zdolność absorpcji technologii; szósty: zarządzanie (23 kryteria): zarządzanie jakością, marketing, szkolenie pracowników i polityki motywacyjne, efektywność systemu

wynagrodzeń, wewnętrzne systemy kontroli finansowej; siódmy: praca (17 kryteriów): wydajność, konkurencyjność wewnętrznego rynku pracy, koszty pracy, poziom wykształcenia; ósmy: instytucje (23 kryteria): konkurencja przedsiębiorstw, jakość instytucji prawnych, stopy podatków od płac [14, s. 16].

Światowe Forum Ekonomiczne publikuje „Raport Globalnej Konkurencyjności”, w którym znajdują się następujące indeksy: indeks konkurencyjności wzrostu; subindeksy: technologii, instytucji publicznych, środowiska makroekonomicznego, funkcjonowania firm i strategii oraz jakości środowiska biznesowego. Indeksy dostarczają oceny poziomu konkurencyjności krajów. Bada on mocne i słabe strony funkcjonowania gospodarek poszczególnych krajów. Indeksy zaprezentowane w raporcie buduje się w oparciu o dane liczbowe i badania ankietowe. Przy konstruowaniu indeksów miarą oceny jest siedmio stopniowa skala. Wartość średnia wskaźników kształtuje się na poziomie 3,5. Wskaźniki, które zbliżają się do maksymalnego poziomu 7 oznaczają ocenę najwyższą, zaś te które są bliskie 1 oznaczają ocenę bardzo niską.

Głównym indeksem omawianego rankingu jest indeks GCI (Global Competitiveness Index) – indeks wzrostu konkurencyjności (zdolności konkurencyjnej kraju) [9]. Odzwierciedla on potencjał rozwoju danego kraju na najbliższe kilka lat. GCI składa się z trzech zbiorów czynników, będących podstawą wzrostu ekonomicznego w średnim i długim okresie, którymi są: pierwszy – *podstawowa baza wymagań*, drugi – *czynniki zwiększające wydajność oraz* trzeci – *czynniki innowacyjności i specjalizacji*.

Konkurencyjność w odniesieniu do gospodarek narodowych w najbardziej kompleksowy i precyzyjny sposób bada Międzynarodowy Instytut Rozwoju Zarządzania (IMD) z siedzibą w Lozannie w Szwajcarii. Publikuje on raz do roku raport zatytułowany *World Competitiveness Yearbook* [11, s. 274]. Wyróżnia on cztery siły, które kształtują otoczenie konkurencyjne przedsiębiorstw. Są to: wyniki makroekonomiczne; efektywność państwa; efektywność przedsiębiorstw; oraz jakość infrastruktury.

Kolejnym z najpowszechniej cytowanych rankingów porównawczych konkurencyjność krajów jest Światowy Rocznik Konkurencyjności (WCY – World Competitiveness Yearbook) publikowany przez IMD – corocznie od 1989 roku. W raportach WCY wyróżnia się konkurencyjność zarówno makro, jak i mikro, czyli krajów i przedsiębiorstw. Przedmiotem prowadzonej analizy jest zdolność krajów do zagwarantowania takich warunków, które będą wspierać konkurencyjność przedsiębiorstw. Międzynarodowa konkurencyjność przedsiębiorstwa postrzegana jest w raporcie jako element służący do oceny konkurencyjności kraju. Wielkość konkurencyjności gospodarki krajów jest oceniana za pomocą analizy około 300 kryteriów.

W raporcie wykorzystuje się dwa rodzaje danych: ilościowe oraz jakościowe. Dane ilościowe są danymi statystycznymi uzyskanymi przez IMD z międzynarodowych i regionalnych organizacji gospodarczych, instytucji komercyjnych, ośrodków naukowych oraz przedstawicielstw IMD w badanych krajach (w Polsce jest to Szkoła Główna Handlowa w Warszawie). Z kolei dane jakościowe pochodzą z ankiety, która jest rozsyłana do ponad 3,5 tys. przedstawicieli najwyższego szczebla zarządzania w firmach zlokalizowanych w badanych krajach. Istotne jest, że ankietowane osoby wypowiadają się tylko na temat własnego kraju [11, s. 274]. Podejścia przedstawionych instytutów są zbliżone, opracowania są kompleksowe i zawierają wiele czynników wpływających na proces konkurencyjności każdego kraju.

Reasumując, konkurencyjność jest problemem będącym w obszarze zainteresowań naukowo-badawczych wielu indywidualnych naukowców jak i instytucji krajowych jak i międzynarodowych. Jest zagadnieniem istotnym z punktu widzenia teorii jak i praktyki życia gospodarczego. Wiąże się ze zbiorem licznych zjawisk i procesów które powinny być identyfikowane, analizowane i oceniane, a następnie uwzględniane w rankingach międzynarodowych. Powinny być one również traktowane jako weryfikator stanu koniunktury gospodarczej w danym kraju. O pozycji rankingowej, jak i poziomie i charakterze konkurencyjności międzynarodowej stanowi cały szereg uwarunkowań kształtowania tego procesu.

Spis wykorzystanej literatury

1. **Kopaliński, W.** Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych / W. Kopaliński. – Warszawa : Wiedza Powszechna, 1989.
2. **Orłowski, T.** Nowy Leksykon Ekonomiczny / T. Orłowski. – Warszawa : GRAF-PUNT, 1998.
3. **Adamowicz-Drwiłło, H. G.** Konkurencyjność przedsiębiorstw w świetle uwarunkowań współczesnej gospodarki / H. G. Adamowicz-Drwiłło. – Toruń : Dom Organizatora TNOiK, 2010.

4. **Bieńkowski, W.** Reaganomika i jej wpływ na konkurencyjność gospodarki amerykańskiej / W. Bieńkowski. – Warszawa : PWN, 1995.
5. **Bieńkowski, W.** Czynniki i miary międzynarodowej konkurencyjności gospodarek / W. Bieńkowski, Z. Czajkowski, M. Gomółka, B. Brocka-Palacz, E. Latoszek, J. Misala, M. J. Radło, M. Weresa // Wstępne wyniki badań. – № 284. – Warszawa : SGH, 2008.
6. **Konkurencja** / red. J. Bieliński. – Warszawa : LexisNexis, 2004.
7. **Kotyński, J.** Konkurencyjność gospodarki Polski w UE i szanse jej podniesienia: Strategia dla Polski po wejściu do Unii Europejskiej na lata 2004–2015 / J. Kotyński Komitet Prognoz „Polska 2000 plus” przy PAN. – Warszawa : Dom Wyd. Elipsa, 2002.
8. **Radło, M. J.** Wyzwanie konkurencyjności. Strategia Lizbońska w poszerzonej Unii Europejskiej / M. J. Radło. – Warszawa : ISP, 2003.
9. **The Global Competitiveness Report 2014–2015** // World Economic Forum. – Lausanne, 2014.
10. **Współczesna** gospodarka światowa / red. A. B. Kisiel-Łowczyc. – Gdańsk : Wyd. Uniwersytetu Gdańskiego, 2003.
11. **Międzynarodowe** stosunki gospodarcze / red. J. Rymarczyk. – Warszawa : PWE, 2006.
12. **Hildebrandt, A.** Konkurencyjność. Próby zdefiniowania i pomiaru zjawiska / A. Hildebrandt // Wspólnoty Europejskie. – 2002. – № 3
13. **Bieliński, J.** Rozwój sektorów we współczesnej gospodarce / J. Bieliński. – Gdańsk : Wyd. Uniwersytetu Gdańskiego, 2006.
14. **Konkurencyjność** polskiej gospodarki w warunkach członkostwa w Unii Europejskiej / pod red. P. Bożyk. – Warszawa : Wyd. Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Informatyczna, 2004.
15. **Radło, M. J.** Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki. Uwagi na temat definicji, czynników i miar / M. J. Radło / Instytut Gospodarki Światowej. – Warszawa : SGH, 2008.

СОДЕРЖАНИЕ

ПИСАРЕНКОВСКИЕ ЧТЕНИЯ «ЭФФЕКТИВНОСТЬ СФЕРЫ ТОВАРНОГО ОБРАЩЕНИЯ И ТРУДА»	3
<i>Алексеевко Т. С., Злотникова Л. М.</i> Инновационное развитие в институциональной теории.....	3
<i>Ахраменко П. Г.</i> Эффективные методы управления персоналом как фактор повышения производительности труда	6
<i>Витюннин В. А.</i> Организация оплаты труда управленческого персонала на основе компетентности.....	11
<i>Головинов О. Н., Дмитриченко Л. А.</i> Формирование условий для развития малого бизнеса ...	14
<i>Гуторова И. И.</i> Актуальные вопросы развития общественного питания.....	17
<i>Дариенко О. Л., Иванова К. А.</i> Оценка роли социальных инноваций в процессе повышения конкурентоспособности человеческого капитала.....	21
<i>Дворкина М. А.</i> Система обеспечения экономической безопасности: отечественный и зарубежный опыт.....	25
<i>Дорошко В. Н., Дорошко Т. В.</i> Репутационные активы коммерческих организаций: определение, классификация, стоимостная оценка.....	29
<i>Емельянова Т. В., Воробей Л. А., Кугаева В. В.</i> Ограничения в реализации оптимизационной модели деятельности торговых организаций потребительской кооперации.....	33
<i>Ермалович Л. П., Бурак Е. М.</i> Современные аспекты товарной политики организации	37
<i>Зеленкевич М. Л.</i> Финансово-кредитная система и экономический рост	40
<i>Злотникова Л. М., Мисюкевич В. И.</i> Социализация человека в условиях модернизации: противоречия и тенденции	43
<i>Зотова Е. Н.</i> Совершенствование оплаты труда в контексте развития персонала учреждений высшего образования.....	47
<i>Коновалов В. М.</i> Проблемы внешней торговли Беларуси и экономический рост	50
<i>Коновалова Ж. Ч.</i> Потребительское общество: теоретико-правовые аспекты	54
<i>Коробкин А. З.</i> Современные подходы к определению сущности и измерению социальной эффективности кооперативной торговли.....	58
<i>Костышина Т. А., Костышина А. И.</i> Повышение квалификации как фактор активизации продажи товаров в ситеме дистрибуции.....	64
<i>Котляров И. Д.</i> Виртуальный потребительский кооператив	67
<i>Кузнецов Н. В.</i> Зарубежный инновационный опыт эффективного управления объектами жилищно-коммунального хозяйства.....	71
<i>Лацкевич Н. В.</i> О платных услугах населению в системе потребительской кооперации Республики Беларусь	74
<i>Липская А. О.</i> Развитие методических подходов анализа расходов по финансовой деятельности в организациях сферы обращения	78
<i>Лопушняк Г. С., Ковальчук О. И.</i> Основные характеристики конкурентоспособности рабочих мест	83
<i>Максименко Н. В., Дорох Ю. А.</i> Конкурентоспособность потребительской кооперации: теоретические основы исследования, оценка и пути повышения в современных условиях	86
<i>Машокиров Д. Н., Гарсия Ф. А.</i> Развитие социального туризма в Европе.....	94

Нилов Д. Г. Отдельные вопросы реализации права граждан на обращение в деятельности юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.....	97
Нилова Е. Е. Основные средства как составляющая экономического потенциала	100
Пархимчик Е. П. Резерв руководящих кадров: проблемы и пути повышения эффективности работы в организации	103
Сидоренко Ю. Ю. Экономическая сущность финансового риска.....	107
Синельникова Е. А. Развитие содержательной характеристики социальной функции цены....	111
Толстенок Н. П., Тихонов В. С. Внедрение элементов краудэкономики в банки Республики Беларусь	114
Толстенок Н. П. Обоснование системы идентификации и классификации предпринимательских рисков	117
Трофимова А. Н. Актуальные проблемы учета расходов на реализацию товаров в заготовительной отрасли	121
Чернюк Е. М., Новикова И. Н. Современные подходы к управлению финансами организаций Республики Беларусь	127
Шелег Н. С., Шелег С. Н. Внешняя торговля Беларуси: история, проблемы, перспективы.....	131
Шишкова Е. Е. К вопросу о повышении эффективности торговли потребительской кооперации Республики Беларусь.....	139
Dziurny A. Efektywność rynku pracy jako przesłanka kształtowania konkurencyjności gospodarki narodowej.....	144
Stachowiak B. Infrastruktura jako obszar lokalizacji i rozwoju działalności gospodarczej	148
Stachowiak Z. Wyznaczniki ocen konkurencyjności gospodarki narodowej.....	154

TABLES OF CONTENTS

PISARENKO'S READINGS “THE EFFECTIVENESS OF THE SPHERE OF COMMODITY CIRCULATION AND LABOR”	3
<i>Alekseenko T., Zlotnikova L.</i> Innovative development in the institutional theory	3
<i>Akhramenko P.</i> Effective methods of personnel management as a factor of increasing productivity....	6
<i>Vityunin V.</i> Form remuneration of management personnel competency-based	11
<i>Golovinov O., Dmitrichenko L.</i> Creating conditions for the development of small business	14
<i>Gutorova I.</i> Live issue developmental public catering	17
<i>Darienko O., Ivanova K.</i> The evaluation of the role of social innovation in the process of increasing the competitiveness of human capital	21
<i>Dvorkina M.</i> The system of economic security: domestic and foreign experience.....	25
<i>Doroshko V., Doroshko T.</i> Reputational assets of commercial organization: definition, classification, valuation.....	29
<i>Yemialyanava T., Varabei L., Kuhayeva V.</i> Restrictions in the implementation of optimization model of activities of consumer cooperatives trade organizations	33
<i>Ermalovich L., Burak E.</i> Contemporary issues commercial policy organizations.....	37
<i>Zelenkevich M.</i> Financial-credit system and economic growth.....	40
<i>Zlotnikova L., Misyukevich V.</i> Human socialization in conditions of modernization: contradictions and trends.....	43
<i>Zotova E.</i> Perfection salary contextually staff development higher educational establishment	47
<i>Konovalov V.</i> Foreign trade problems of Belarus and economic growth	50
<i>Konovalova Zh.</i> Cooperative society: theoretical and legal aspects	54
<i>Korobkin A.</i> Modern approaches to defining the essence and estimating social efficiency of cooperative trade	58
<i>Kostyshina T., Kostyshina A.</i> Upgrade qualifications as a factor activation sale of goods in distribution systems	64
<i>Kotliarov I.</i> Virtual consumer cooperative.....	67
<i>Kuznetsov N.</i> Foreign innovative experience of effective management of objects of housing and communal services.....	71
<i>Latskevich N.</i> On the paid services in the system of consumer cooperatives of the Republic of Belarus	74
<i>Lipskaya A.</i> Development of methodological approaches for the analysis of financial activity cost in organizations of the sphere of circulation	78
<i>Lopushnyak H., Kovalchuk O.</i> Key features of competitive workplaces	83
<i>Maksimenko N., Dorokh Y.</i> The competitiveness of consumer cooperation: theoretical foundations of research, evaluation and ways of its improvement in modern conditions.....	86
<i>Mashokirov J., García F.</i> Development of social tourism in Europe.....	94
<i>Nilov D.</i> Some issues of implementation of the rights of citizens to appeal to the activities of legal entities and individual entrepreneurs	97
<i>Nilova A.</i> Fixed assets as a component of economic potential.....	100
<i>Parkhimchik E.</i> Reserve of the managerial personnel: problems and ways of increase in overall performance to the organizations.....	103

<i>Sidorenko J.</i> Economic essence of financial risk.....	107
<i>Sinelnikova E.</i> Development of the meaningful characteristic of social function of price	111
<i>Tolstenok N., Tsikhanau V.</i> Implementation of crowd economy elements in the banks of the Republic of Belarus	114
<i>Tolstenok N.</i> Rationale for the identification and classification systems of business risks.....	117
<i>Trofimova A.</i> Vital problems of accounting costs on realization of commodities in procurement.....	121
<i>Charniuk A., Novikava I.</i> Modern approaches to the management of financial institutions of the Republic of Belarus.....	127
<i>Sheleg N., Sheleg S.</i> Foreign trade of Belarus: history, problems and prospects	131
<i>Shishkova E.</i> On the question of increasing the efficiency of the Republic of Belarus of consumer cooperatives trade.....	139
<i>Dziurny A.</i> The effectivity of labour market as a premise of shaping national economy competitiveness	144
<i>Stachowiak B.</i> Infrastructure as a localization and development of enterprise sphere.....	148
<i>Stachowiak Z.</i> Determinants of assessment-competitiveness of national economy.....	154

Научное издание

ЭФФЕКТИВНОСТЬ СФЕРЫ ТОВАРНОГО ОБРАЩЕНИЯ И ТРУДА

**СБОРНИК НАУЧНЫХ СТАТЕЙ
И ПИСАРЕНКОВСКИХ ЧТЕНИЙ,
ПОСВЯЩЕННЫХ 90-ЛЕТИЮ
СО ДНЯ РОЖДЕНИЯ Н. П. ПИСАРЕНКО**

Гомель, 4 ноября 2016 г.

За содержание и достоверность информации в материалах сборника отвечают авторы.

Редакторы: Т. В. Гавриленко, Е. Г. Привалова
Компьютерная верстка Е. А. Шведова

Подписано в печать 26.10.2016. Формат 60 × 84 ¹/₈.
Бумага типографская № 1. Гарнитура Таймс. Ризография.
Усл. печ. л. 19,06. Уч.-изд. л. 19,95. Тираж 41 экз.
Заказ №

Издатель и полиграфическое исполнение:
учреждение образования «Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации».
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий
№ 1/138 от 08.01.2014.
Просп. Октября, 50, 246029, Гомель.
<http://www.i-bteu.by>

БЕЛКООПСОЮЗ

**УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ»**

ЭФФЕКТИВНОСТЬ СФЕРЫ ТОВАРНОГО ОБРАЩЕНИЯ И ТРУДА

**СБОРНИК НАУЧНЫХ СТАТЕЙ
И ПИСАРЕНКОВСКИХ ЧТЕНИЙ,
ПОСВЯЩЕННЫХ 90-ЛЕТИЮ
СО ДНЯ РОЖДЕНИЯ Н. П. ПИСАРЕНКО**

Гомель, 4 ноября 2016 г.

Под научной редакцией
кандидата экономических наук, доцента
А. З. Коробкина

Гомель 2016