

С.Л. Соркин, канд. экон. наук, доцент  
ГрГУ им. Я. Купалы (Гродно)

## О КРИТЕРИИ И ПОКАЗАТЕЛЯХ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Важным элементом теории экономической эффективности является вопрос о методах ее оценки. Прежде всего следует определиться с критерием, который отражает качественную сторону явления. *Критерий* — это признак, на основе которого производится определение, классификация объекта исследования, мерило суждения, оценки, т.е. критерий — главный признак, который лежит в основе оценки того или иного явления.

Критерий как основной признак для определения экономической эффективности должен выражать качественную сторону ее содержания, соответствовать существу задачи, для решения которой предназначена оцениваемая система, быть чувствительным к изменению всех ее элементов, четко отображать основную цель хозяйственной деятельности предприятия в рыночных условиях. На наш взгляд, критерий эффективности внешнеэкономической деятельности, рассматриваемый как главный признак, отражающий ее качественную характеристику, выражается в росте результатов, опережающем рост затрат.

В то же время критерий как мера эффективности должен иметь соответствующую количественную определенность, позволяющую выразить уровень эффективности, что достигается расчетом коэффициента эффективности ( $K_{эв}$ ), определяемого отношением результата ( $P$ ) к затратам ( $Z$ ):  $K_{эв} = P/Z$ . Из приведенного соотношения следует, что экономическая эффективность имеет место при условии, когда  $K_{эв} > 1$ .

Хотя теоретико-методологическая основа исследования эффективности хозяйствования на внутреннем и внешних рынках единая, методы измерения и оценки внешнеэкономической деятельности предприятия требуют учета характерных особенностей, присущих этому виду деятельности.

Исчислением количественной определенности критерия эффективности не может исчерпываться ее оценка. Она должна быть дополнена системой критериальных показателей и формироваться с учетом следующих положений:

- показатели — это основа всякого измерения. Особенно высокие требования предъявляются к измерению экономической эффективности производства, поскольку именно на их основе осуществляется управление производством;
- наиболее распространенное в экономико-статистических работах представление о показателях как о цифровых данных, характеризующих экономическую сторону явления, процесса или объекта при всей бесспорности такого определения, сужает его истинный смысл. Более полным является определение, при котором экономический показатель рассматривается как понятие, выражающее количественную характеристику в единстве с качественной определенностью;
- показатель — это своего рода инструментарий, отражающий объективную и адекватную оценку исследуемых экономических процессов.

С учетом высказанных соображений и исходя из нашего подхода к определению отличительного признака критерия, выражающего его качественную сторону, целесообразно систематизировать показатели по двум группам:

- показатели, *отражающие экономические результаты;*
- показатели, *отражающие затраты, обусловившие полученные результаты.*

К показателям *первой группы* могут относиться такие, как объем и динамика внешнеторгового оборота, экспорта, импорта, размер добавленной стоимости, содержащийся в экспортной продукции, доля экспорта в объеме всех продаж, доля предприятия на мировом, европейском, внешних региональных рынках, доля инновационной продукции в экспортных продажах, удельный вес его зарубежных партнеров в числе всех партнеров, прибыль. Эти показатели характеризуют динамичность развития предприятия, степень его присутствия на внешних рынках. К показателям *второй группы* можно отнести размер добавленной стоимости, полученный с одного рубля материальных затрат в экспортной продукции, рентабельность продаж, затрат, долю прибыли в общей прибыли предприятия, соотношение темпов роста прибыли от экспорта с темпами роста выручки и затрат.

*Н.В. Старцева, канд. экон. наук, доцент  
СГУ (Смоленск, Россия)*

## РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В ЭКОНОМИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ СОЮЗНОГО ГОСУДАРСТВА

В условиях глобализации региональная и субрегиональная интеграция становится доминирующей тенденцией на всех уровнях — от корпоративного до национального. При этом решающее значение имеет правильный выбор ниши, которую государство или союз могут занять в мировом разделении труда. Известно, что объем, структура и качество общественных благ зависят не столько от экономической мощи государства и производительной силы труда, сколько от специфики сформированного им экономического пространства, которое при помощи системы норм и правил, сфокусированных в этом пространстве, может влиять на соответствующие процессы. Раздвижение обществом границ общих условий хозяйственной деятельности очерчивает новый контур пространства полезных и необходимых ресурсов, которые впоследствии могут стать факторами социального развития.

В экономическом пространстве Союзного государства России и Беларуси таким ресурсом может стать туризм, который, являясь частью социальной сферы, выполняет целый ряд функций, таких как создание условий для перемены видов деятельности и отдыха, обеспечение охраны здоровья, обслуживание процесса потребления, формирование общеобразовательного и культурного уровня населения. Динамика развития национального туристического баланса может считаться одним из индикаторов уровня благосостояния и развития экономики страны. Являясь одним из самых прибыльных видов бизнеса в мире, туризм мог бы принести огромную пользу не только России и Беларуси, но и их отдельным регионам. Некоторые специалисты оценивают туристический потенциал России в 30 млрд дол. в год. По прогнозам ВТО, в 2020 г. по приему и отправке туристов России отведено 9-е место, т.е. страна будет принимать 47,1 млн туристов, а отправлять — 29,7 млн. Так как значительное число туристических потоков проходит по территории Беларуси, то эти же показатели увеличатся и у нее. Необходимо только сделать привлекательным транзит через Беларусь. По данным статистики, экспорт и импорт услуг РФ, связанных с поездками, демонстрирует в последние годы сравнительно высокую динамику. Экспорт туристических услуг в 2006 г. по сравнению с 2002 г. вырос в 1,8 раза, импорт — в 1,6 ра-