

При этом заказы обедов у частных поваров могут иметь низкое качество блюд вследствие отсутствия их контроля со стороны санитарно-эпидемиологических станций, а при организации корпоративного питания часто наблюдается несоблюдение правил транспортировки и хранения еды. Можно также отметить, что одной из узких сторон взаимодействия с частным лицом является отсутствие договора. Фирме, пользующейся кейтерингом, в случае низкого качества пиццы будет трудно доказать отношение частного лица к ее приготовлению. Но и исполнитель также порой страдает от отсутствия договора, поскольку ему могут попросту не заплатить или заплатить сумму, ниже заранее оговоренной.

Одним из направлений кейтеринга, получающих широкое развитие, является выезд повара для организации банкетов, свадеб для приготовления ресторанных блюд на территории заказчика. На белорусском рынке стоимость такой услуги начинается (без учета стоимости продуктов) с 1,5 дол. с одного приглашенного на банкет при условии приготовления примерно 2 видов салатов, различной холодной закуски и одного горячего блюда на человека.

О.Н. Ерофеева, канд. экон. наук
БГЭУ (Минск)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПОМОЩИ В БЕЛАРУСИ

Через институт социальной помощи реализуется концепция минимально гарантированного дохода. Предоставление социальных льгот увеличивает мобильные доходы домохозяйств, их финансирование не основано на страховых взносах. Получать их должны малообеспеченные граждане. Поэтому они будут рассматриваться как часть системы социальной помощи, но данный вопрос является дискуссионным.

Подход к оказанию социальной помощи в Беларуси предполагает адресность ее предоставления. Иными словами, оказание помощи происходит только тем гражданам, которые смогли подтвердить, что их доходы не превысили установленного порогового уровня. Поскольку к бедным относится значительная часть населения страны (например, в 2003 г. — 27,1 %, в 2004 г. — 17,8 % населения), Правительством Республики Беларусь принято решение о выделении приоритетов в области государственной адресной социальной помощи, которое ограничивает права определенных категорий граждан на ее получение независимо от уровня их доходов.

Социальная помощь оказывается преимущественно “социально незащищенным” группам населения. Она имеет небольшое значение в доходах, ее выплата не может существенно повлиять на уровень жизни беднейших семей. Так, в 2004 г. за оказанием адресной помощи обратились 55,4 тыс. чел., 82 % из них ее получили. Средняя сумма назначенной ежемесячной помощи на одного получателя — 21,4 тыс. р. Повышение ее размеров до экономически значимых величин при сохранении круга получателей на данном этапе невозможно. Необходимы совершенствование критериев бедности, применяемых при оказании помощи (в том числе — на основе изменения коэффициентов, учитывающих эффект совместного проживания), отказ от категориального подхода”

В связи с тем, что помощь в денежной форме используется для финансирования текущего потребления (что не влияет на тенденции обеспеченности в будущем), а также она может перераспределяться внутри домохозяйства, необходимо ее оказание с ограничением направлений расходования средств (т.е. увеличение имущественных доходов домохозяйств). Больше внимания следует уделять оценке целевого использования социальной помощи и эффективности регулирующих мероприятий.

Существующая совокупность социальных льгот не отвечает критериям социальной справедливости и эффективности. Льготы дублируются, в большинстве случаев они распределяются не по критерию нуждаемости, а по формальной принадлежности к определенной социальной группе. Распределение социальных льгот не соответствует профилю и концентрации бедности в Беларуси. Так, беднейшие семьи получают меньше социальных льгот, чем семьи из последующих децильных групп распределения; семьи без работающих — меньше, чем семьи с одним и даже двумя работающими.

Величина полученных социальных льгот возрастает при росте числа детей в семье (в основном, за счет льгот, полученных на питание, и оплаты стоимости путевок). В территориальном разрезе наибольшие льготы получают семьи, проживающие в Минске, а также на территориях, подвергшихся радиоактивному загрязнению, наименьшие — сельские семьи. В 2004 г. 64,4 % домохозяйств получали хотя бы один из видов льгот и дотаций. Это — наиболее высокий показатель за период с 1999 г., несмотря на введение системы адресной социальной защиты.

Трансформация социального регулирования должна предусматривать ограничение и сокращение числа льгот, которые может получить гражданин или семья (например, путем нормирования предельной суммы помощи, предоставления возможности выбора

льгот из перечня возможных). Должны быть скоординированы механизмы предоставления социальной помощи и льгот.

Для совершенствования системы социальной помощи необходимо введение так называемой “социальной карты” (для равного предоставления льгот гражданам с одинаковой степенью нуждаемости, контроля над суммами помощи и др.) и назначение всех видов помощи по принципу “одного окна”. При ее оказании должен быть сделан акцент на муниципализации, широком использовании нетрадиционных форм помощи (например, консультативная), что позволит минимизировать финансовые затраты государства. По опыту ФРГ можно рекомендовать закрепление механизма предоставления ссуд взамен безвозмездной помощи. По опыту России и Украины можно заключать договора при оказании социальной помощи, в которых определяются шаги по повышению уровня жизни граждан за счет их собственных усилий.

С.Г. Ерошенко, ассистент

ВГТУ (Витебск)

УПРАВЛЕНИЕ СЕБЕСТОИМОСТЬЮ ПРОДУКТА В СИСТЕМЕ “ТАРГЕТ-КОСТИНГ”

Необходимость выживать в условиях современного рынка заставляет предприятия активно искать и применять на практике новые методы управления производственными и иными процессами.

В условиях конкуренции правила игры просты: предприятие должно поставить нужный рынку продукт в требуемом объеме заданного качества по равновесной цене. И единственным рычагом, позволяющим организации самой управлять получаемой суммой прибыли, остается себестоимость.

Таким образом, влияние внешней среды вынуждает по-другому взглянуть на стандартную формулу ценообразования “издержки плюс” и привести ее к виду: *Рыночная цена – Желаемая прибыль = = Целевая себестоимость.*

Именно такой подход к управлению себестоимостью и взят за основу авторами системы “таргет-костинг”, которая намного шире и эффективнее простого калькулирования. “Таргет-костинг” — прежде всего техника для управления прибылью, позволяющая фирме достигнуть ее долгосрочных планов по прибыли путем соблюдения ряда правил (этапов):

– гарантия соответствия выпускаемого продукта потребностям клиента;