

ределяются средствами, с помощью которых предоставляется сама услуга и профессорско-преподавательским составом, принимающем участие в предоставлении услуги. Таким образом, для того чтобы качество образовательной услуги соответствовало сложившимся рыночным тенденциям и предоставлялась в управляемых условиях, услуга должна быть обеспечена ресурсами, без которых она не может состояться.

С учетом вышесказанного, для оценки качества образовательной услуги предлагается использовать 30 показателей, объединенных в 3 группы:

- качество основных образовательных процессов;
- оценка качества профессорско-преподавательского состава;
- оценка качества ресурсного обеспечения оказания образовательной услуги.

Таким образом, формирование адекватной системы показателей качества и разработка механизма ее реализации влечет за собой получение количественной оценки и стимулирует поиск эффективных средств ее повышения учреждением образования.

О.В. Пеклина

*ГУ ВПО «Белорусско-Российский университет»
(Республика Беларусь, Могилев)*

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

По своей экономической сути оптовая торговля представляет собой посредническое звено между производителем и потребителем. Изначально такое посредничество было необходимо для упрощения функций доставки, проверки качества, складирования, упаковки, отслеживания потребностей потребителя и донесения их до производителя и др. Конечно, данные функции могли бы выполняться любой из сторон – как производителем, так и розничным продавцом. Выделение оптовой торговли в качестве отдельного звена товародвижения обусловлено, в первую очередь, выгодами для всех сторон от разделения труда – в сфере стоимостных и временных затрат, в сфере качества.

Однако, в нашей стране в последнее время данные выгоды отходят на второй план, так как растет конкуренция со стороны иностранных розничных сетей, которые создают свои собственные оптовые подразделения – «Соседи» (Литва), «Алми», «Белмаркет» (Российская Федерация), «Родная Сторона» (Украина) и др. Розничные сети приходят в

нашу страну с уже наработанными схемами работы с производителями, и им проще наладить закупочную работу «с нуля» собственными силами, чем использовать, подстраиваясь под особенности функционирования, систему белорусского опта. Данный сегмент, на наш взгляд, будет сложно отвоевать, однако, есть возможность повысить конкурентоспособность «своего» опта. Для этого существуют все предпосылки.

Количество предприятий оптовой торговли в Республике Беларусь на конец 2012 года составило 14 274 организации. Ежегодно в период с 2003 по 2012 год количество увеличивалось в среднем на 565 организаций. Наибольшее количество предприятий по данным на 2012 год осуществляло оптовую торговлю строительными материалами, деталями для автомобилей, приборами и оборудованием, лакокрасочными товарами. В целом, оптовый товароборот товаров производственного назначения превалирует над оптовым товароборотом потребительских товаров. В 2010 г. доля торговли товарами производственного назначения составляла 75,5%, а доля торговли потребительскими товарами 15,5% соответственно.

Средний товароборот одного предприятия в сопоставимых ценах постоянно растет. С 2003 по 2012 средний оборот одной организации в сопоставимых ценах вырос в 3 раза. Соответственно растет и совокупный оборот организаций оптовой торговли. Однако, индекс физического объема товарооборота в последние годы очень нестабилен: в 2009 г. – 91,2%, в 2010 г. – 109,4%, в 2011 г. – 124,1%, в 2012 – 80%. То есть фактически физические объемы товарооборота изменяются из года в год, отсюда можно сделать вывод, что у оптовых предприятий не наблюдается стабильных контрагентов и налаженных связей с ними.

Заметим, что преобладающей формой собственности предприятий (75,3% по данным 2012 года) является частная. Однако, ее доля постепенно снижается, за период с 2008 по 2012 гг. доля частных предприятий в 75,3% является абсолютным минимумом. Соответственно, предприятия иностранной формы собственности занимают 15,9%, а государственной – 8,8%.

Растет и коэффициент звенности товародвижения. Если в 2008-2010 гг. он был зафиксирован на уровне 2,3, то в 2011 – 2,9, в 2012 – 2,7. Т.е. перед тем как попасть от производителя к потребителю товар проходит почти через трех посредников, которые соответственно добавляют свою надбавку к цене.

Некоторый толчок в развитии оптовой торговли дало расширение количества сделок на ОАО «Белорусская универсальная товарная бир-

жа». С 2009 г. на бирже начала функционировать секция промышленных и потребительских товаров. Количество сделок по продукции производственно-технического назначения выросло с 214,5 тыс. в 2010 г. до 263,0 тыс. в 2012 г. Также в качестве положительных изменений можно указать рост объемов электронных продаж. Динамика в фактических ценах уже говорит о значительном росте: если в 2007 г. объем электронных продаж составил 18,3 млрд. рублей, то в 2011-2012 г. – уже 188,8 и 907,9 млрд. рублей соответственно. В сопоставимых ценах с 2007 года по 2012 объемы увеличились в 14 раз. Такой скачок связан с тем, что с 2011 г. на базе биржи была создана электронная торговая площадка для проведения электронных аукционов для государственных закупок и закупок за счет собственных средств. Данный факт свидетельствует о развитии прогрессивных методов ведения оптовой торговли в стране.

Концепцией реализации государственной политики в сфере внутренней торговли и общественного питания на 2011-2015 годы предусмотрено, что участие организаций оптовой торговли во внешнеэкономической деятельности страны будет сконцентрировано на торговле потребительскими товарами. Это связано с тем, что продукция производственно-технического назначения реализуется за рубежом, главным образом, путем осуществления прямых поставок, через дилеров и товаропроводящую сеть. Поэтому необходимо увеличивать долю оптовой торговли потребительскими товарами, одним из инструментов для достижения данной цели могут быть магазины-склады. Они также позволят снизить звенность товародвижения. На начало 2013 г. в Республике Беларусь функционировало 97 магазинов-складов. В 2008 г. их количество составляло 82 шт. По динамике изменения видно, что прогресс в количестве невелик. Одной из задач повышения эффективности оптовой торговли может быть развитие данной формы оптовой торговли.

В.С. Пониматко

*УО «Белорусский государственный экономический университет»
(Республика Беларусь, Минск)*

МОТИВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

В большинстве стран мира, предпринимательство служит мощным двигателем экономического и социального развития. Сущность предпринимательской деятельности заключается в создании экономических