

Добавление доходов населения в модель привело к выравниванию ряда остатков и, соответственно, повышению точности модели. Модель имеет вид

$$\text{OBOROT} = -287.3952854 + 1.129690252 \cdot \text{OBOROT}(-12) + \\ + 4.50230221 \cdot \text{INCOME_Y}(2),$$

где OBOROT — розничный товарооборот Республики Беларусь, млрд р.; OBOROT(-12) — розничный товарооборот Республики Беларусь за соответствующий период предыдущего года, т.е. с лагом (-12), млрд р.; INCOME_Y — годовой прирост реальных доходов населения, %.

Коэффициент 1.12969 при переменной OBOROT(-12) означает, что с предыдущего на следующий год переносятся уровень и сезонная волна с увеличением размаха в 1.12969 раза, а изменение реальных доходов населения на 1 % изменяет товарооборот на 4.502 млрд р.

Таким образом, на основании вышеизложенного отметим, что данная модель, построенная для удобства в наиболее простом виде, дает надежные результаты для их использования процессе прогнозирования.

*И.В. Прыгун, канд. экон. наук
БГЭУ (Минск)*

СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЦЕЛЕПОЛАГАНИЯ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

Международный форум, проведенный под эгидой ООН в 1995 г. в Копенгагене (Дания), комплексно рассмотрев стратегию социального развития мира, признал социальную защиту общества и благосостояние населения важнейшей целью конца XX и особенно начала XXI ст. В отношении национальной экономики главная позиция форума — это ориентация на максимально полное удовлетворение потребностей населения, в том числе социально незащищенных слоев. Поскольку предприятие является основным звеном экономики, то социальные аспекты также пронизывают почти все направления его деятельности. Не в последнюю очередь это происходит и потому, что в экономических процессах всегда задействованы люди, которые своими поступками влияют друг на друга.

Это положение распространяется и на торговую организацию, являющуюся самостоятельно хозяйствующим субъектом с правами юридического лица, который закупает и реализует товары, производит продукцию, оказывает услуги населению, осуществляет другие виды деятельности, не запрещенные законом, и работает на принципах самоокупаемости, самофинансирования, самоуправления.

Очевидно, что ни одна организация не может функционировать бесцельно, не имея представления о том, что ее ожидает, чего она может достичь.

Традиционно важнейшими типами целей предприятий считаются: 1) экономические; 2) технические; 3) технологические; 4) социальные; 5) экологические; 6) политические; 7) правовые.

В общем плане главной целью функционирования торговых организаций в рыночной экономике является получение прибыли для удовлетворения экономических и социальных потребностей как покупателей, так и собственников имущества организации, ее работников. Поэтому в центре анализа при выборе целей наряду с технико-экономическими должны находиться следующие социально-правовые вопросы: справедливая оплата работы, выполняемой в интересах предприятия; достойные человека условия труда; гарантия сохранения рабочего места; участие работников в прибылях и собственности; право голоса при формулировании и реализации предпринимательских целей и др.

В документах Конференции ООН по окружающей среде и развитию (Рио-де-Жанейро, 1992 г.) и в решениях Комиссии ООН по устойчивому развитию дальнейшие экономические преобразования рассматриваются в тесной взаимосвязи с экологическим фактором на всех уровнях хозяйствования.

Применительно к торговле это означает, что с позиций интеграции в мировую систему хозяйства, успешного сотрудничества на внешнем рынке не только со странами СНГ, но и ЕС ориентация на экологию становится одним из значимых факторов развития торговли как в среднесрочном, так и в долгосрочном периодах.

В этом плане основными направлениями развития торговли в странах ЕС выдвинуты следующие положения: 1) экологическая ориентация как стратегия устойчивого потребительского рынка; 2) система повторного использования упаковки и упаковочных материалов (так называемая дуальная система); 3) необходимость создания побудительной мотивации к экологически сознательному поведению потребителей.

В основе действующих в западноевропейских странах законов, регулирующих действия предприятий по отношению к окружающей среде, лежит принцип строгой ответственности всех хозяйствующих субъектов в сочетании с различными экологическими и социально-экономическими критериями. Для торговых организаций более важны нормы, которые ограничивают использование упаковочных материалов и направлены на уменьшение их отходов.

Р.Н. Савицкий, науч. сотр.

Учреждение «НИИ Белкоопсоюза» (Минск)

УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

В последние годы в республике происходят интенсивные процессы преобразования рынка в целом и торговли как отрасли в частности. Во многом это связано с приходом на розничные рынки крупных транс-