

в заемном капитале; в-пятых, являются финансовым рычагом для ускорения оборота капитала и, наконец, позволяют получать дополнительную прибыль.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что денежные потоки организации во всех формах и видах являются важнейшим, самостоятельным объектом анализа ее финансового состояния. Это обусловлено тем, что, денежные потоки обслуживают проведение финансово-хозяйственной деятельности организации; обеспечивают финансовое равновесие организации в процессе ее стратегического развития; способствуют повышению ритмичности операционного процесса; позволяют сократить потребность в заемном капитале; являются финансовым рычагом для ускорения оборота капитала и, наконец, позволяют получать дополнительную прибыль.

*И.Б. Тимошенко, канд.экон.наук, доцент*

*УО «Белорусский государственный экономический университет»*

*Минск (Беларусь)*

## **МЕХАНИЗМ ДИАГНОСТИКИ ПОТЕНЦИАЛА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА**

В настоящее время не выработано единого методологического подхода к экономическим исследованиям рынка, позволяющего дать всестороннюю оценку его состояния, развития, проблем функционирования и разработать на этой основе эффективные управленческие решения, что способна решить экономическая диагностика. Работки в области экономической диагностики касаются в основном анализа деятельности отдельных организаций, в связи с чем, остается нерешенной проблема ее применения в исследованиях рынка потребительских товаров. Предлагаемая методика состоит из двух блоков – оценки потенциала потребительского рынка и оценки безопасности потребительского рынка.

Необходимость рассмотрения проблемы экономической диагностики применительно к исследованиям рынка потребительских товаров следует увязывать с учетом влияния широкого круга факторов, определяющих его формирование, потенциал и современные процессы развития конкурентной среды и концентрации на товарных рынках. Отсутствие единой методологии исследований в области экономической диагностики развития рынка потребительских товаров ограничивает возможность ее практического применения и предопределяет необходимость поиска новых подходов, при которых она выступает не только как комплексное исследование рынка, но и как функция управления.

Рассматриваются два основных подхода к определению понятия «экономическая диагностика».

Согласно первому подходу, под экономической диагностикой понимается ретроспективное, оперативное и перспективное комплексное исследование объекта на предмет разработки экономической политики. При этом основной целью проведения экономической диагностики является выявление наиболее важных проблем и приоритетов развития объекта исследования и разработка программы долгосрочных и краткосрочных мер, позволяющих улучшить состояние и эффективность функционирования данного объекта.

Согласно второму подходу, под экономической диагностикой понимается один из видов анализа, представляющего собой способ установления характера нарушений нормального хода экономических процессов на основе типичных признаков, характерных для данного нарушения. При этом знание этих признаков позволяет быстро и точно установить характер нарушений, не производя непосредственных изменений.

На основе вышеизложенных подходов можно сказать, что экономическая диагностика представляет собой систему методов, приемов комплексного исследования, оценки состояния и выявления характера нарушений нормального хода экономических процессов, происходящих на потребительском рынке.

Применение данных позиций позволяет по-новому определить сущность экономической диагностики как ретроспективного, оперативного и перспективного комплексного исследования рынка потребительских товаров с выявлением характера нарушений нормального хода протекающих процессов и определением их влияния на развитие рынка, с одной стороны, и как функцию управления, выполнение которой предшествует принятию решений по долгосрочному, среднесрочному и краткосрочному развитию и регулированию рынка потребительских товаров, с другой стороны.

Основой данного подхода к экономической диагностике является рассмотрение ее не только как одной из функций управления, но и как определенного инструмента управленческой деятельности. Экономическая диагностика способствует обоснованию управленческих решений по государственному регулированию рынка потребительских товаров, контролю за его состоянием и является основой для прогнозирования развития рынка.

Осуществление экономической диагностики развития потребительского рынка базируется на таких методологических принципах, как:

- системность, т.е. потребительский рынок должен рассматриваться как целостная система, которая состоит из взаимосвязанных и взаимовлияющих друг на друга, субъектов, а также является частью более крупной системы;
- комплексность, обуславливающая необходимость учета в процессе экономической диагностики рынка всех сторон и составляющих в их взаимосвязи и взаимообусловленности;
- достоверность, т.е. обеспечение получения информации полно и адекватно отражающей развитие потребительского рынка;
- объективность, т.е. исключение субъективизма в процессе экономической диагностики, обеспечение полноты отображения показателей;
- непрерывность, динамический подход, т.е. постоянное проведение исследований потребительского рынка и анализ информации;
- научность, т.е. проведение экономической диагностики на основе научно-обоснованной и апробированной методики, базирующейся на общенаучных, аналитико-прогностических методах, а также методических приемах, заимствованных из разных областей знаний (социологии, психологии, экологии и т.п.);
- целенаправленность, т.е. ориентация экономической диагностики развития потребительского рынка на конкретные цели и задачи;
- релевантность, т.е. получение информации о потребительском рынке в точном соответствии с поставленными задачами;
- оперативность, т.е. обеспечение минимального временного интервала от изучаемых явлений до поступления информации о них в систему управления;
- сопоставимость, т.е. осуществление экономической диагностики по одинаковым

направлениям по идентичным методикам, позволяющим проводить сопоставление результатов исследования за различные периоды времени;

– обозримость, т.е. обеспечение определенной системы показателей, позволяющих полно и глубоко оценить состояние и развитие потребительского рынка и включающих в себя существенные и незначительно коррелирующие между собой показатели;

– эффективность, т.е. получение максимальной ценности информации при минимальных затратах времени и средств и окупаемости затрат на проведение исследования с одной стороны, и достаточности собранной информации о спросе для принятия эффективного управленческого решения с другой;

– дифференцированный подход, т.е. исследование потребительского рынка не только в целом по общему объему, но и в разрезе совокупности однородных видов;

– принцип учета территориальной специфики.

Предлагаемые различные признаки классификации видов экономической диагностики применимы в основном к анализу деятельности отдельных организаций и не решают задачу их обоснования применительно к исследованиям рынка. Анализ эволюции подходов к классификации видов экономической диагностики позволяет предложить развернутую их систематизацию по следующим признакам: периодичности; широте, степени и содержанию охвата; зависимости от прерывности процесса диагностики; форме организации процесса диагностики; зависимости от характера исследуемых операций.

Данную классификацию можно дополнить следующими признаками:

• «Назначение результатов», согласно которому выделены диагностика оценки состояния и развития рынка; его стабильности и результативности; диагностика перспективных направлений функционирования рынка потребительских товаров и разработка концепций его развития;

• «Основные направления исследования», обуславливающие выделение следующих видов диагностики: изучение и оценка основных факторов, определяющих развитие рынка потребительских товаров; диагностика формирования товарного предложения и цен; диагностика спроса населения на потребительские товары; оценка состояния конкурентной среды на рынке, определение его емкости; диагностика эффективности функционирования организаций розничной торговли;

• «Тип диагноза», в соответствии с которым можно выделить следующие виды: диагноз, устанавливающий отклонение от нормы; диагноз, определяющий принадлежность объекта исследования к тому или иному классу, типу, группе; диагноз, описывающий объект как уникальное сочетание признаков.

Дополнение данной классификации вышеуказанными признаками позволяет разработать методологические подходы к экономической диагностике развития рынка потребительских товаров.

Осуществление процессов экономической диагностики в рамках развития потенциала устойчивого развития потребительского рынка товаров целесообразно проводить в определенной последовательности на основе трех этапов: подготовительного, основного и заключительного. Данный механизм экономической диагностики позволяет увязать этапы диагностики с экономическим инструментарием и методами прогнозирования потенциала устойчивого развития потребительского рынка.

Важным направлением подготовительного этапа экономической диагностики состояния и развития потребительского рынка является выбор методов проведения исследований. Так как экономическая диагностика является составной частью эконо-

мического анализа, то и методы их совпадают. В настоящее время разработаны методики многовариантного диагностического экономического анализа, соединяющие в себе целое ретроспективное и перспективное исследование динамических рядов.

В ходе основного этапа диагностики выявляются и анализируются основные факторы, определяющие формирование и развитие потребительского рынка. При этом всю совокупность СТЭП-факторов (социальных, технологических, экономических и прочих) целесообразно объединить в 3 группы:

- общие, оказывающие влияние на потребительский рынок, как отдельных территорий, так и страны в целом (размеры и структура экспорта и импорта товаров; государственное регулирование развития потребительского рынка; уровень жизни населения и его покупательная способность; уровень цен и инфляции и т.п.);

- региональные, оказывающие влияние на территориальные рынки потребительских товаров: демографические, природно-климатические; градообразующие; национально-бытовые и исторические традиции и т.п.;

- специфические, определяющие развитие потребительского рынка по отдельным видам товаров и товарных групп: мода, престиж, рост обеспеченности населения жильем, срок службы предметов домашнего обихода и т.п.

Исследование конъюнктуры потребительского рынка целесообразно проводить в целом и в разрезе отдельных ее составляющих элементов (спроса, товарного предложения, цены) с выявлением взаимосвязи и взаимодействия данных элементов. Необходимо учитывать внутрирегиональные, межрегиональные, внешнеэкономические связи, а также состояние потребительского рынка в разрезе отдельных его комплексов: информационно-коммуникационного, нормативно-правового, организационного, материально-технического, финансово-кредитного.

Изучение и анализ развития торговли (оптовой и розничной) и общественного питания, оценку эффективности их функционирования в современных условиях необходимо осуществлять как на макро-, территориальном уровне, так и на уровне отдельной организации в разрезе прямых и косвенных методов государственного регулирования.

На заключительном этапе экономической диагностики должны быть обобщены результаты проведенных исследований, выявлены основные тенденции, закономерности, особенности и проблемы развития отдельных потребительских рынков, разработаны направления их дальнейшего развития с целью повышения эффективности их функционирования.

Таким образом, проведение экономической диагностики в соответствии с предложенными методологическими подходами позволяет получить агрегированное заключение о состоянии и развитии потребительского рынка и определить перспективные направления его развития с учетом специфики и изменяющимися экономическими условиями хозяйствования.

Проведение исследований по каждому направлению предлагается осуществить с помощью ряда операций и оценки системы показателей, определяющих специфику экономической диагностики:

- определение направлений диагностики и выбор показателей по каждому направлению исследования;
- комплексная оценка развития рынка потребительских товаров в разрезе основных направлений диагностики;
- проведение сравнительной диагностики развития территориальных рынков

потребительских товаров с показателями на уровне страны с выявлением нарушений хода нормальных процессов развития и постановкой диагноза;

- выявление тенденций и особенностей развития рынка.

Данные методологические подходы к экономической диагностике развития рынка потребительских товаров позволяют осуществлять его исследование на основе комплексного, системного, дифференцированного, динамического подходов, получить агрегированное заключение о развитии рынка и определить на этой основе потенциал, перспективные направления его развития и конкурентной среды.

*Ю.М. Трушин, канд. экон. наук, доцент  
УО «Белорусский государственный экономический университет»  
Минск (Республика Беларусь)*

## **ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ЭКОНОМИКИ**

Цифровая трансформация экономики считается одним из приоритетов социально-экономического развития Беларуси. Определенных успехов в этой сфере уже удалось добиться. По ряду показателей наша страна выглядит вполне прогрессивно, хотя уступает развитым странам Евросоюза.

По данным сборника «Информационное общество в Республике Беларусь» отражается довольно скромный уровень цифровой отечественной экономики. Так, доля расходов отечественных организаций и населения на ИКТ выросла с 2 % ВВП в 2011 г. до 3,1 % в 2016 г., а доля инвестиций в сектор ИКТ сократилась с 1 % до 0,7 %, удельный вес организаций сектора ИКТ в общем количестве коммерческих организаций сократился с 3,6 % до 3,4 %, доля их персонала в среднесписочной численности работников коммерческих организаций республики выросла с 3% до всего лишь 3,2 %. Доля валовой добавленной стоимости сектора ИКТ в валовой добавленной стоимости по экономике выросла за 5 лет с 3,2 % до 5,2 %. Доля инвестиций в основной капитал в сектор ИКТ в общем объеме капиталовложений выросла с 3 % до 3,5 %, но удельный вес затрат на научные исследования и разработки в общем объеме затрат организаций сектора ИКТ сократился с 0,6 % в 2011 г. до 0,5 % в 2016 г. хотя в 2016 г. он достигал 1 %.

Статистический сборник «Социальное положение и уровень жизни населения Республики Беларусь» приводит также данные: на конец 2016 г. в республике числилось 11 083 тыс. абонентов всех видов передачи данных с выходом в Интернет – почти вдвое больше, чем в 2010 г. при этом удельный вес домохозяйств, имеющих доступ к Интернету с домашнего компьютера, тоже удвоился за этот период с 31,2 % до 62,5 %.

В рейтинге ИКТ составленном Международным союзом электросвязи, Беларусь занимает 31 место из 175 опережая остальные страны СНГ. Но по охвату Интернетом Беларусь выглядит вполне средне: он выше, чем в большинстве стран СНГ (кроме России), Китае и Турции, но ниже чем в странах Балтии и развитых странах ЕС.

В 2016-2020 гг. в Беларуси намечается добиться существенных сдвигов в сфере информатизации. Для этого в Программе социально-экономического развития сформулированы 12 ключевых задач. Среди них создание современной инфраструктуры телекоммуникаций в Восточной Европе. За 5 лет планируется построить около 10 тыс. км. волоконо-оптических линий связи для всей многоэтажной жилой и общественной