

и коммуникаций Беларуси сейчас проводится разработка проекта Программы по созданию логистической терминальной системы обслуживания грузовладельцев.

Минтранс РБ отмечает положительный опыт некоторых отечественных предприятий и организаций, в частности Белорусской ассоциации международных экспедиторов, БАМАП, железной дороги.

Принимаемые меры по развитию и совершенствованию транспорта позволяют обеспечить комплекс транспортных услуг более высокого качества, увеличение транзитных грузопотоков через территорию Беларуси, а также интеграцию республики в европейскую транспортную систему. Предстоит еще большая работа по созданию надлежащих условий дорожного сервиса на всех транспортных коридорах республики, снижению времени простоя на границе, поиску источников финансирования и механизмов реализации разработанных программ и мероприятий.

Проблемы оформления транспортных документов и таможенных формальностей могут быть решены за счет внедрения современных информационных систем. Сегодня для нашей страны актуально комплексно внедрять международные системы стандартов, которые позволили бы создать транспортные коридоры с единым информационным пространством.

#### **Список использованных источников**

1. Алексеева, И. Статистика автомобильного транспорта. Учебник / И. Алексеева. - Москва.: Экзамен, 2015. – 349 с.

2.. Джабраилов, А. Э., Моргунов, В. И.: Маркетинг. Логистика. Транспортно-складские логистические комплексы / А. Э. Джабраилов, В. И. Моргунов. – Дашков и К, 2014. – 415 с.

3. Курганов В. М. Логистика. Транспорт и склад в цепи поставок товаров: учебно-практическое пособие: для студентов высших учебных заведений / В. М. Курганов. – Москва: Книжный мир, 2013. — 512с.

4. Малевич, Ю.В., Пластунок И.А. Организация доставки импортного груза «точно в срок» / Ю.В. Малевич, И.А. Пластунок // Вестник ИНЖЭКОНа. Сер. Экономика. Вып.3(22).. - СПб.: СПбГИЭУ, - 2014. с. 270 – 275

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

*УО «Белорусский государственный экономический университет»*

*Минск (Беларусь)*

## **ПРОСТРАНСТВЕННЫЕ УРОВНИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА**

Рынок потребительских товаров с точки зрения территориальной локализации является пространством синергетически взаимодействующих региональных рынков потребительских товаров, встроенных в национальную экономику, в рамках которых весьма рельефно проявляются законы спроса и предложения, процессы воспроизводства, ценообразования и другие.

Оценка социально-экономических особенностей территориального потребительского рынка (ТПР) явилась основанием для разработки механизма совершенствования организационно-экономических отношений при управлении региональным потребительским рынком. По нашему мнению, данный механизм должен строиться на осно-

вании реализации территориальной «политики выравнивания». В современной практике получили большое распространение два основных подхода к построению государственной региональной политики: «политика выравнивания» уровней развития регионов (Германия) и «теория полюсов роста» (Франция), однако проведенный анализ фактической ситуации на территориальном потребительском рынке позволяет сделать вывод о том, что сама логика его развития ведет к формированию «полюсов роста». Это, в свою очередь, приводит к усилению дифференциации между городами и районами, что является скорее негативной тенденцией, которая усиливает социальную напряженность в обществе.

Совершенствование механизма формирования организационно-экономических отношений управления региональным потребительским рынком, учитывающего социально-экономические особенности его развития, состоит из ряда этапов.

На первом этапе «Разработка «образа будущего», который предполагает построение общей схемы управления ТПР в перспективе, необходимо наладить постоянное и полное взаимодействие системы территориального управления и системы управления национальным потребительским рынком. Названные системы управления должны согласовывать собственные воздействия, осуществлять реализацию уже сбалансированных, выверенных и согласованных управленческих решений.

Стратегическими направлениями управления развитием потребительского рынка должны являться: социально-экономическое развитие территорий; развитие инфраструктуры потребительского рынка; сбалансированное развитие различных сфер потребительского рынка.

Оперативными целями управления в области потребительского рынка на среднесрочную перспективу будут: создание условий, стимулирующих граждан к осуществлению предпринимательской деятельности в рамках тенденций социально-экономического развития потребительского рынка; увеличение общего количества действующих субъектов потребительского рынка; увеличение вклада предприятий потребительского рынка в ВВП, в налоговые доходы бюджета, в численность привлекаемых наемных работников; реализация населению товаров и услуг надлежащего качества.

На втором этапе «Разработка целей и задач управления развитием ТПР» проводится спецификация основных целей и задач управления развитием ТПР. С точки зрения теории региональной экономики население региона воспринимается как трудовые ресурсы, а реализация гарантий населению обосновывается как необходимая составляющая обеспечения надлежащего качества трудовых ресурсов. С точки зрения теории развития потребительских рынков, население воспринимается как субъект отношений, возникающий по поводу удовлетворения нужд потребителей или продавцов.

Поэтому главной целью регионального управления является повышение степени удовлетворения социально-экономических потребностей всего населения, проживающего на территории конкретного региона, на основе комплексного развития. Тогда управление потребительским рынком становится одним из основных элементов регионального управления, в котором формируется новая, собственно региональная сфера интересов и ответственности — удовлетворение гарантий населению региона. К наиболее значимым региональным интересам удовлетворения данного вида гарантий относятся: соответствие уровня и образа жизни населения государственным и иным стандартам; наличие бюджетно-финансовых и прочих материальных источников (собственности и др.); потенциал для использования имеющихся ресурсов, мест приложения труда, интеллекта; наличие инфраструктуры для развития внутри- и межрегиональных связей и др.

На третьем этапе «Создание моделей и анализ существующих социально-экономических особенностей развития ТПР» производится исследование текущей ситуации развития ТПР. Работа по созданию и анализу существующих социально-экономических особенностей развития ТПР имеет самостоятельное значение, так как позволяет установить имеющиеся ресурсы модернизации системы управления и определить «узкие» места, преодоление которых приведет к оптимизации существующей системы управления.

Методической основой для реализации данного этапа могут стать методика комплексной оценки потребительского рынка, учитывающая методы сравнительного, структурного, корреляционно-регрессионного анализа, рейтинговой оценки и т.д., позволяющая выявить закономерности его эволюционных трансформаций и определить социально-экономические особенности развития, а также влияния потребительского рынка на занятость в регионе, которая позволяет планировать управленческие воздействия на рынок с целью уменьшения безработицы и роста доходов населения.

Приоритетными направлениями развития потребительского рынка в рамках организационно-экономического механизма должны являться: производство импортозамещающих и экспортно-ориентированных товаров широкого потребления; производство и переработка сельскохозяйственной продукции; развитие объектов инфраструктуры потребительского рынка; развитие стационарной и выездной торговли товарами местных производителей; внешнеэкономическая деятельность; торговая деятельность, связанная с поставкой продукции (работ, услуг) на экспорт; развитие систем продвижения товаров и услуг; модернизация системы обеспечения занятости населения и др.

Четвертый этап «Перепроектирование существующих отношений управления развитием ТПР». С учетом территориальных интересов формируются и активизируются цели, принципы и методы регионального управления. К основным принципам современного регионального управления как совокупности принципов целенаправленного воздействия на социально-экономические процессы, протекающие в регионе, относятся принципы децентрализации, партнерства, субсидиарное, мобильности и адаптивности и, наконец, принцип выделенной компетенции.

Рыночная основа, заложенная в развитие потребительского рынка, приводит к трансформации методологических положений эффективного развития региона. С развитием рынка потребительских товаров связано развитие инфраструктурных предприятий и организаций. Будучи в тесной связи с рынками труда, капитала и недвижимости территориальный рынок потребительских товаров наиболее ярко отражает состояние экономики региона. И в то же время он является одним из ее элементов, воздействуя на который, можно изменить сложившиеся связи между другими элементами системы, в т.ч. и по другим классификационным признакам.

Основной целью государственного регулирования рынка является обеспечение соблюдения интересов субъектов рынка потребительских товаров посредством методов прямого и косвенного воздействия государства на процессы, протекающие на нем. Независимо от существующей политической системы каждая страна ставит целью своего развития максимально высокий уровень жизни всего населения. Но так как данную цель невозможно выразить ограниченным количеством показателей, то в реальности государство проводит свою социально-экономическую политику с указанием конкретных рубежей, которые условно можно назвать целями второго уровня. Под целями второго уровня могут стать следующие: повышение эффективности экономики и удовлетворение потребностей населения. Учитывая это, можно отметить bipolarность подхода к построению системы государственного регулирования рынка по-

ребительских товаров. Сущность биполярного подхода состоит в разработке системы государственного регулирования рынка потребительских товаров в соответствии с двумя «полюсами» его функционирования на каждом уровне.

Исследование рынка всегда связано с определением его границ, в первую очередь – территориальных. Вопросы определения границ рынка часто возникают при оценке конкуренции на нем. Антимонопольные органы определяют не только географические, но и продуктовые границы товарных рынков. Очевидно, что граница рынка потребительских товаров будет определяться всей совокупностью товаров, приобретаемых для конечного использования населением. При этом отметим, что в рамках этого рынка границы рынков отдельных товаров могут значительно различаться (например, товаров повседневного и эпизодического спроса). Что касается географических границ рынка, то самым простым вариантом станет ориентация на границы отдельных административных единиц (город, район, область и т. д.). Однако часто граница рынка может выходить за эти пределы. Поэтому при определении границ во внимание принимается структура товаропотоков с отдельных территорий, фиксирующая объемы ввозимой и вывозимой товарной массы. Применительно к рынкам потребительских товаров эти границы могут меняться то в сторону расширения, то в сторону сужения зоны потребности в отдельных видах товаров, зоны географической доступности и целесообразности, зоны деятельности государственных институтов.

Изучая эти процессы, нельзя не заметить того, что любое действие государственных органов в рамках границы государственного регулирования может найти отклик и вне его границ. Например, замораживание цен в одной стране в условиях развития интеграционных процессов, с целью обеспечения потребителя соответствующими товарами по доступной цене, снижения ажиотажа и спекуляций, может привести к притоку покупателей из других регионов, в которых аналогичного замораживания не произошло. Таким образом, можно выделить границы прямого влияния и косвенного. Однако, помимо этого, регулирующее воздействие может сказаться и на поставщике товара, располагающегося вне границ прямого влияния процессов интеграции. Такому поставщику может стать невыгодной поставка товара в соответствующий регион, и он будет искать новые рынки сбыта за пределами интеграционного соглашения. Следовательно, можно выделить границы прямого отраженного влияния регулирующего воздействия. В свою очередь, в случае определения новых рынков сбыта предприятие может оказать влияние на состояние другого рынка, и такое влияние следует рассматривать как косвенное отраженное. Таким образом, при разработке мероприятий регулирующего воздействия учитываться должно не только их действие в рамках границ прямого и косвенного влияния, но и границ прямого и косвенного отраженного влияния. При этом необходимость введения понятия «отраженное влияние» связано с направленностью влияния любого изменения в двух основных аспектах воспроизводственного цикла: производство и потребление в рамках интеграции.

Глобализация экономических связей, процессы самоорганизации, продолжающийся рост благосостояния населения регионов, вызывающие потребность в более качественных товарах и услугах, в развитии новых форматов и бизнес-процессов торговли, общественного питания и бытового обслуживания, требуют более эффективного социально-ориентированного потребительского рынка.

Основными задачами реализации предлагаемого механизма управления должны быть: обеспечение благоприятного предпринимательского климата путем снятия нормативно-правовых, административных и организационных барьеров, препятствующих эффективному развитию бизнеса; оказание субъектам потребительского рынка

реальной финансово-имущественной и организационно-методической поддержки со стороны государства; обеспечение предприятий квалифицированными информационными, консалтинговыми и обучающими услугами; создание системы продвижения услуг и товаров, производимых субъектами региональными товаропроизводителями, на муниципальные, региональные, федеральные и международные рынки; создание и развитие объектов инфраструктуры; поддержка приоритетных направлений развития малого бизнеса в городах и районах области.

Пятый этап «Совершенствование организационно-экономических отношений в процессе управления ТПП». Сейчас в сфере потребительского рынка происходят положительные изменения. Если вчера предпринимателя интересовала только прибыль, полученная с наименьшими затратами и в кратчайшие сроки, то сегодня его волнуют стабильность работы и реальные перспективы развития. Поэтому для выдерживания конкуренции на рынке товаров региональным властям необходимо предпринимать меры по стимулированию развития следующих направлений: осуществление товаропроизводителями постоянного технического прогресса по ассортиментному перечню продукции, освоению новых конкурентоспособных товаров и производств с применением высокотехнологичного оборудования; совершенствование дизайна выпускаемой продукции, упаковки и представления ее потребителю; применение опыта высокотехнологичных корпораций (отечественных и зарубежных) в плане продвижения товаров и «завоевание» потребительского рынка в определенных территориальных рамках и за его пределами.

*А. Г. Толкач, соискатель*

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

## **СУЩНОСТЬ И ЭТАПЫ ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

На современном этапе частное предпринимательство является ключевым фактором формирования рыночной экономики. Актуальность выбранной темы обусловлена интересом автора к обобщению и анализу концептуальных подходов к определению природы частного предпринимательства, выработанных отечественными и западными экономистами. Развитие предпринимательской деятельности было обусловлено рядом объективных причин:

1. Необходимость участия иностранного капитала в развитии новых капиталоемких отраслей страны;
2. Необходимость в новых технологиях и инновационное развитие отраслей промышленности, что требует дополнительных капиталовложений;
3. Неравномерное распределение факторов производства между странами приводит к тому, что одни становятся импортерами, а другие экспортерами капитала, ресурсов, рабочей силы, технологий и т.д..

Эти причины обусловили развитие предпринимательского сектора как наиболее прогрессивной формы экономического, производственного и международного сотрудничества.

При исследовании данного вопроса автором были выделены следующие исторические этапы развития понятия «предпринимательство»: