

чи» зависит от прироста производства, увеличения реализации продукции и от финансовых результатов работы предприятия.

Наряду с представленными показателями оценка кадрового потенциала должна содержать индивидуальные параметры человеческого капитала работников. С этой целью проведено исследование, в ходе которого было установлено, что для выявления перспектив развития человеческого капитала и достоверной оценки профессиональных качеств сотрудников целесообразно применить метод сводных показателей. В качестве исходных характеристик, описывающих уровень кадрового потенциала УП «Агрокомбинат «Ждановичи», были использованы десять укрупненных показателей параметров: образование; профессиональные навыки; отношение к работе; организованность; планирование; принятие решений; коммуникация, работа в команде; креативность; исполнительная и трудовая дисциплина; состояние здоровья. Индивидуальный учет человеческого капитала работников предполагает создание специальных карт и профессиограмм, которые могут быть использованы при найме и расстановке кадров, анализе адаптации персонала на рабочих местах регулярной аттестации последнего с целью определения темпов роста человеческого капитала, результативности труда и его оплаты, анализе влияния условий труда на человеческий капитал, увольнении и планировании карьеры, анализе эффективности системы управления персоналом и эффективности инвестиций в человеческий капитал.

Л и т е р а т у р а

1. Беккер, Гэри. Человеческий капитал (главы из книги). Воздействие на заработки инвестиций в человеческий капитал / Гэри Беккер // США: экономика, политика, идеология. — 1993. — № 11—12.
2. Радаев, В.В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация / В.В. Радаев // Общественные науки и современность. — 2003. — № 2. — С. 5—16.
3. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2006 / М-во статистики Респ. Беларусь. — Минск, 2006.

Н.С. Шелег,

доктор экономических наук, профессор

МОНИТОРИНГ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА — ВАЖНОЕ УСЛОВИЕ ФОРМИРОВАНИЯ ЕДИНОГО ТОВАРНОГО РЫНКА СОЮЗНОГО ГОСУДАРСТВА

Значительную роль в формировании единого экономического пространства создаваемого Союзного государства играет мониторинг (наблюдение, оценка и прогнозирование) рынка потребительских товаров. Основными об-

щезкономическими и организационными условиями (факторами) формирования единого товарного рынка Союзного государства являются:

- синхронное проведение рыночных реформ в России и Беларуси, включая проведение единой ценовой, налоговой, внешнеэкономической и денежно-кредитной политики, что позволит создать примерно равные условия хозяйствования предпринимателям и организациям, участникам потребительского рынка каждой из стран, исключив конкурентные преимущества одних перед другими;

- обеспечение единых требований к сертификатам качества, техническим условиям товаров и услуг на потребительском рынке России и Беларуси;

- проведение единой структурно-промышленной и инвестиционной политики, что не позволит создавать дублирующие основные и вспомогательные производства товаров народного потребления, перепроизводство товаров в одних регионах и отсутствие их в других;

- обеспечение на потребительском рынке свободного предпринимательства, единой антимонопольной политики, что создаст одинаковые конкурентные условия, позволит воздействовать на монопольные объединения и предприятия (торговые, промышленные, по производству товаров и инфраструктуры);

- создание общего рынка продовольственных товаров с обеспечением признания единых стандартов на продовольствие и единых правил продажи продуктов питания, условий их доставки и хранения;

- обеспечение равных социально-экономических условий жизни населению Беларуси и России (в том числе условий оплаты труда, пенсионного и другого социального обеспечения и т.д.);

- создание единого информационного и аналитического центров по разработке мониторинга единого потребительского рынка и др.

Кроме того, на едином потребительском рынке должны быть проведены следующие мероприятия:

- 1) разработана система законодательных и нормативно-правовых документов, обеспечивающих механизм регулирования и развития потребительского рынка на всех уровнях управления и территориях;

- 2) определены стратегия и тактика перехода от потребительского рынка производителя к потребительскому рынку потребителя, разработана соответствующая программа;

- 3) обеспечено максимум объемного и структурного соответствия возрастающего спроса населения и соответствующего предложения, создан эффективный механизм хозяйственных отношений между торговлей и промышленностью;

- 4) осуществлено всестороннее развитие рыночной инфраструктуры, включая материально-техническую базу и новое технологическое оборудование промышленности, розничной и оптовой торговли, общественного питания; создание нового специализированного транспорта; строительство современных маркетинговых и компьютерно-информационных центров и т.д.;

5) проведена подготовка и переподготовка участников потребительского рынка с учетом современных форм и методов (программно-компьютерное обеспечение, маркетинг, менеджмент и т.д.);

6) разработан и внедрен эффективный механизм ценового регулирования в соответствии с социальными приоритетами на потребительском рынке и экономической целесообразностью;

7) внедрена эффективная система обеспечения и защиты прав потребителей, обеспечена система безопасности и качества товаров и услуг;

8) осуществлен контроль за рекламной деятельностью, не противоречащей общественным нормам, установкам, традициям и здоровью людей;

9) обеспечено формирование единой информационной системы потребительского рынка;

10) разработано и обеспечено эффективное функционирование организационных структур управления, мониторинга и прогнозирования потребительского рынка;

11) созданы основы интеграции потребительского рынка Беларуси в рынок Союзного государства и систему мирохозяйственных связей. Проведены унификации правовых норм по созданию нормальных условий хозяйствования субъектов всех форм собственности на территории как Беларуси, так и России;

12) решены задачи регулирования потребительского рынка. Они должны быть направлены на обеспечение условий для гармоничного развития индивидуальных, коллективных и общественных потребностей в товарах и услугах, что можно рассматривать как гарантию стабильного развития общества и залог минимизации социальной напряженности между населением и общественными институтами.

Выявление возможности формирования единого потребительского рынка Союзного государства связано, прежде всего, с анализом общих черт потребительских рынков Российской Федерации и Республики Беларусь, а также их специфических особенностей. Вместе с тем эти особенности не должны создавать конкурентные преимущества предпринимателям на потребительском рынке каждой из стран.

Давая оценку потребительского рынка Беларуси и России, следует выделять совпадающие тенденции их развития, а также существующие различия.

К *совпадающим особенностям* состояния современного потребительского рынка в Беларуси и России относятся:

• *в области предложения:*

- перестройка отечественной промышленности на производство товаров, пользующихся стабильным спросом на внутреннем рынке;
- сокращение поступлений товаров по межправительственным соглашениям из стран СНГ и незначительный объем закупок по импорту за счет централизованно выделяемых валютных средств;
- заметный недостаток предложения на потребительском рынке недорогих отечественных товаров массового спроса, товаров первой необходимости, для пенсионеров и детей;

- снижение качества товаров, в том числе импортных, появление на рынке фальсифицированных товаров, продуктов питания, не соответствующих действующим сертификатам качества и стандартам;
- значительное предложение товаров через неорганизованную торговлю и субъекты малого предпринимательства (по оценке статистических органов Беларуси и России, этот показатель в 2007 г. был в пределах 20—30 % по сравнению с 8—14 % в 1991—1992 гг.);
- *в области регулирования (управления)*: ликвидация централизованного административного управления товарным рынком и постепенный переход к регулированию его отдельных элементов (ликвидированы торги и тресты, создаются независимые фирмы и объединения, изучается конъюнктура и прогнозируется покупательский спрос населения);
- *в области спроса*:
 - заметный рост платежеспособного спроса в связи с ростом реальных денежных доходов и уровня жизни основной части населения Беларуси и России;
 - резкая дифференциация спроса как по объему, так и по структуре по группам населения, имеющим различный среднедушевой доход (по сегментам);
 - поддержание достаточно высокого спроса на качественные товары первой необходимости и продукты питания отечественного производства.
- К *различиям* следует отнести:
 - *в области развития материально-технической базы торговли и системы ее учета*: в России развитию материально-технической базы розничной и оптовой торговли уделяется достаточно много внимания на региональном уровне, центральные статистические органы раз в два года дают развернутую характеристику состояния внутренней оптовой, розничной и посреднической торговли, а также внешней торговли в специальных официальных изданиях; достаточно освещается инфраструктура потребительского рынка; широкое развитие получили современные форматы совместных и иностранных предприятий. В то же время в Беларуси развитию материально-технической базы торговли уделяется меньше внимания: недостаточно регулируется государством развитие торговой сети, практически ликвидирована инфраструктура торговли, крупные оптовые организации преобразованы в оптово-розничные фирмы весьма среднего уровня, изменены их функции; все еще недостаточное количество предприятий общественного питания, особенно по обслуживанию рабочих, студентов и школьников; не дается критическая оценка качества и эффективности торговли и общественного питания, посреднических фирм, рентабельности розничной, оптовой торговли и общественного питания и т.д., что не позволяет на достаточном уровне анализировать текущее состояние торговли и разрабатывать обоснованные прогнозы с целью регулирования развития потребительского рынка республики, отдельных товарных рынков и их сегментов;

• *в сфере организации снабжения торговли и развития опта:* в России в 1990-е гг. приняты концепции развития оптовой и розничной торговли, в отдельных регионах и городах уделяется достаточно много внимания организационным формам и форматам торговли, на потребительский рынок допущено большое количество иностранных фирм, в том числе торгующих товарами, производимыми в достатке в стране, организована сеть розничных торговых предприятий, торгующих по социально низким ценам и предоставляющим отдельным категориям населения льготы (например, «Авоська», «Копейка»), дается оценка качества поступающих в торговлю отечественных и импортных товаров. В Беларуси сделана попытка реформировать систему управления торговлей в отдельных городах, создать конкуренцию между государственными и частными торговыми предприятиями (Брест, Пинск); проводится недостаточно эффективная защита отечественного потребительского рынка от некачественной продукции, ликвидирован крупный опт, а его место занимают мелкие посредники, не располагающие складскими и торговыми площадями; отсутствует научно обоснованная долгосрочная стратегия развития потребительского рынка и оптовой торговли; не стимулируются государством производство и обновление отечественных, а также выпуск новых товаров;

• *в области приватизации предприятий торговли:* в 2007 г. в России через негосударственные формы собственности было реализовано около 98 % товарооборота (в том числе 2 % — через кооперативную торговлю), в Беларуси — 85 % (в том числе 8 % — через кооперативную торговлю);

• *в структуре потребления домашних хозяйств и товарооборота:* в Беларуси в 2007 г. на продукты питания приходилось 42 % денежных расходов домашних хозяйств, на непродовольственные товары — 34 %, покупку алкогольных напитков — 2 %, оплату услуг — 22 %; в России на продукты питания — 34 %, непродовольственные товары — 39 %, покупку алкогольных напитков — 2 %, оплату услуг — 25 %;

• *в структуре товарооборота розничной торговли и товарных ресурсов:* в 2007 г. в России на непродовольственные товары приходилось 55 %, в Беларуси — 48 %; в товарообороте розничной торговли в России доля импортных товаров составила в 2007 г. более 46 % (в 1995 г. — 54 %), в Беларуси — около 32 % (в 1995 г. — 40 %);

• *в структуре потребления продуктов питания (в расчете на душу населения):* в Беларуси более высокий уровень потребления в расчете на одну семью мяса (с учетом сала и субпродуктов), рыбопродуктов, яиц, молокопродуктов, картофеля, овощей и алкогольных напитков, в России — сахара и хлебопродуктов (табл. 1);

• *в обеспеченности товарами длительного пользования:* в России по сравнению с Беларусью наблюдается более высокая обеспеченность домашних хозяйств товарами длительного пользования, за исключением холодильников (табл. 2);

Таблица 1

Сравнение структуры потребления основных продуктов питания в 2006 г. населением России и Беларуси

Наименование продукта	Потребление в 2006 г. на душу населения, кг		Отклонение (+, -)
	Россия	Беларусь	
Мясо и мясопродукты	55	66	11
Молоко и молокопродукты	255	275	20
Яйца, шт.	260	276	16
Рыба и рыбопродукты	12,6	17,4	4,8
Масло растительное	12,2	14,1	1,9
Сахар	38	36	-2
Хлеб и хлебопродукты (в пересчете на муку)	121	95	-26
Картофель	133	187	54
Овощи, бахчевые	103	134	31
Фрукты и ягоды	48	47	-1
Алкогольные напитки в абсолютном алкоголе, л	10,1	10,7	0,6

И с т о ч н и к: [1, с. 124]; [2, с. 78].

Таблица 2

Сравнение обеспеченности домашних хозяйств России и Беларуси потребительскими товарами длительного пользования на начало 2008 г.

Наименование товара	Обеспеченность товарами в расчете на 100 семей, шт.		Отклонение (+, -)
	Россия	Беларусь	
Телевизоры	138	135	-3
Видеомагнитофоны, видеокамеры	66	41	-25
Магнитофоны, плееры	53	43	-10
Музыкальные центры	34	21	-13
Холодильники	117	118	1
Стиральные машины	97	79	-18
Пылесосы	84	66	-18
Швейные и вязальные машины	60	48	-12
Компьютеры	26	18	-8
Автомобили	33	28	-5

И с т о ч н и к: [1, с. 126]; [2, с. 80].

- *в финансово-экономических показателях:* в России в 2007 г. рентабельность продаж в розничной торговле составила 3,4 %, в Беларуси — 2,5 %;
- *в доходах на душу населения:* в 2007 г. в России среднемесячная заработная плата на одного работника составила более 500 дол. США, в Беларуси — около 300 дол. США. В то же время в России средний прожиточный минимум равнялся 100 дол. США, в Беларуси — 75 дол. США. Все это в конечном счете отразилось на структуре товарооборота и уровне обеспеченности товарами.

Отрицательные показатели отклонения возможного приобретения на среднемесячный душевой денежный доход продуктов питания косвенным образом подтверждают фактическое снижение доходов населения России и Беларуси за период с 1990 по 2007 г., несмотря на то что статистическая отчетность сглаживает эти различия. Так, на среднегодовые денежные доходы в 2006 г. по сравнению с 1990 г. в России можно было купить меньше молока, хлеба и рыботоров, а в Беларуси — практически всех перечисленных товаров за исключением сахара и масла растительного. Характеристика снижения покупательной способности денежных доходов населения Беларуси и России приводится в табл. 3.

Таблица 3

Снижение покупательной способности среднедушевых денежных доходов населения в России и Беларуси (в месяц, кг)

Наименование продукта	1990 г.		2006 г.		Отклонение 2006 г. от 1990 г. (+, -)	
	Россия	Беларусь	Россия	Беларусь	Россия	Беларусь
Хлеб пшеничный	551	500	449	294	-102	-206
Картофель	500	1125	840	498	340	-627
Овощи	630	540	680	380	50	-160
Сахар-песок	239	98	430	214	191	116
Масло растительное	126	105	214	109	88	4
Говядина	68	68	65	55	-3	-13
Рыбопродукты	205	139	138	80	-67	-59
Молоко	717	857	574	439	-143	-418
Масло животное	61	65	87	46	26	-19
Яйца	1955	1800	3578	1774	1623	-6

И с т о ч н и к: [3, с. 159]; [5, с. 203].

Наряду с фактическим снижением покупательной способности денежных доходов населения наблюдался опережающий рост цен. Как известно, это ведет к снижению уровня жизни.

Проведение рыночных реформ всегда сопровождается ростом цен. Его темпы являются индикатором, характеризующим ход реформирования.

За более чем пятнадцать лет реформ ни в Беларуси, ни в России не удалось создать механизм саморегулирования рынка. Причины этого кроются не только в сложности задач, но и в теоретических и практических просчетах концепции реформ. Если в России основной акцент реформирования сделан на применение быстрой денежной и финансово-кредитной политики, то в Беларуси — наоборот, на медленную, регулируемую государством политику перехода к рынку, не способную сдерживать инфляцию, предотвратить падение жизненного уровня населения, обострение проблем на рынке отдельных товаров, периодическое удорожание топливно-энергетических ресурсов, рост долговых обязательств, отрицательного сальдо во внешнеэкономической деятельности.

Однако особенность экономики Беларуси заключается в том, что она структурно встроена в экономику России, и искусственный отрыв может привести к экономическому кризису. Дальновидность экономистов и политиков России и Беларуси отчасти состоит в стремлении сохранить научно-производственные, кооперационные связи основных субъектов хозяйствования даже без учета степени их приватизации.

Стремление соседних народов к воссоединению в определенной степени отражается в стабильном росте товарооборота между двумя странами, более тесных экономических, социальных и политических связей России и Беларуси, чем других стран СНГ и бывшего экономического сообщества (табл. 4).

Таблица 4

Товарооборот Беларуси с Россией в 1995—2006 гг.

Год	Товарооборот, млн дол. США			Темпы роста, % к предыдущему году		
	экспорт	импорт	оборот	экспорт	импорт	оборот
1995	2185	2965	5150	188,8	158,2	170,0
1996	3024	3522	6546	138,4	118,8	127,1
1997	4780	4673	9453	158,0	132,7	144,4
1998	4608	4670	9278	96,4	99,9	98,2
1999	3222	3767	6989	69,9	80,7	75,3
2000	3764	5535	9299	116,8	147,0	133,1
2001	3941	5249	9190	106,1	94,5	99,1
2002	5922	3977	9899	150,3	75,8	107,7
2003	7602	4880	12482	128,4	122,7	126,1
2004	11219	6485	17704	147,6	132,9	141,8
2005	10118	5716	15834	90,2	88,1	89,4
2006	13084	6850	19934	129,3	119,8	125,9

И с т о ч н и к: [1, 3, 4].

В рамках формируемого Союзного государства происходят положительные динамические изменения (табл. 5). Уже сегодня можно с уверенностью говорить о существенном продвижении к созданию единого экономического пространства Союзного государства.

Таблица 5

Социально-экономические показатели России и Беларуси в 2006 г.

Наименование показателя	Беларусь	Россия
Индекс среднемесячной начисленной заработной платы в целом по экономике, % к 2005 г.	117,3	113,4
Средний размер назначенной месячной пенсии (с учетом компенсационных выплат), % к среднему размеру заработной платы	47,7	25,4
Соотношение среднемесячной начисленной заработной платы к прожиточному минимуму, раз	2,9	2,3
Численность населения с доходами ниже прожиточного минимума, %	11,1	17,6
Коэффициент родившихся (на 10 000 чел. населения)	9,9	10,4
Коэффициент умерших (на 10 000 чел. населения)	14,2	15,2
Обеспеченность населения жильем на конец года, м ² общей площади на одного жителя	22,9	21,3
Уровень безработицы, % к экономически активному населению	3,0	6,7

И с т о ч н и к: [1, 3].

Дальнейшее развитие потребительского рынка Беларуси будет осуществляться в условиях создания единых экономико-правовых основ Союзного государства и укрепления его экономической безопасности. При этом торговля между Беларусью и Россией по мере синхронизации рыночных реформ, создания единой нормативной правовой базы и экономических условий хозяйствования из «внешней» постепенно будет превращаться во «внутреннюю», не только обеспечивающую потребности населения двух стран в товарах и услугах, но и способствующую субъектам хозяйствования в обеспечении их сырьем и продукцией. Для этого будет широко использоваться совместная разработка прогнозов социально-экономического развития и товарных рынков Союзного государства.

Преобразование потребительского рынка Беларуси в составную часть Союзного государства, обусловленное созданием последнего и совершенствованием государственного регулирования, прежде всего потребует:

- изменения информационной базы, через которую отражаются требования единого потребительского рынка, производство товаров и услуг; информационная база должна содержать необходимые требования к товарам и услугам как продуктам соответствующей страны на едином потребительском рынке;

- обновления технической основы и технологии производства товаров и услуг;

- усиления роли государственного регулирования по «мягкому» вхождению в рыночные отношения и предотвращению негативных последствий перехода российских и белорусских производств на единый рынок.

Совершенствование научных основ регулирования посредством планирования, прогнозирования должно быть направлено, прежде всего, на создание совместного прогнозирования развития союзного рынка и его основы — потребительского рынка.

Л и т е р а т у р а

1. Россия в цифрах. — М., 2007.
2. Республика Беларусь в цифрах. — Минск, 2007.
3. Статистический ежегодник Республики Беларусь. — Минск, 2007.
4. Устинов, И. Мировая торговля / И. Устинов. — М., 2002.
5. Российский статистический ежегодник. — М., 2007.
6. Торговля в России: стат. сб. — М., 2007.
7. Шелег, Н.С. Экономическая интеграция в условиях глобализации / Н.С. Шелег, Ю.И. Енин. — М., 2006.
7. Короленок, Г.А. Менеджмент в торговле / Г.А. Короленок. — Минск, 2007.

Е.Н. Шибeko,

кандидат экономических наук, доцент

ПРОБЛЕМЫ МЕТОДОЛОГИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА АКТИВОВ И КАПИТАЛА В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ СОБСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Реализация Программы развития рынка корпоративных ценных бумаг Республики Беларусь на 2008—2010 гг., утвержденной постановлением Совета Министров и Национального банка Республики Беларусь от 21.01.2008 г. № 78/1, должна создать необходимые условия для становления целостного, ликвидного, прозрачного и эффективного рынка ценных бумаг как составной части финансового рынка в республике, регулируемого государством и интегрированного в мировой рынок капитала, способствующего привлечению инвестиций. В Программе констатируется, что существует устойчивая взаимосвязь между долгосрочными темпами экономического развития и уровнем развития рынка ценных бумаг. Такая концепция должна предусматривать мероприятия по преобразованию республиканских и коммунальных унитарных предприятий в открытые акционерные общества. Вместе с тем в Республике Беларусь в последние годы имеет место сокращение