

ВЛИЯНИЕ НЕФОРМАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ И НЕЗАКОННОЙ МИГРАЦИИ НА ОХРАНУ ТРУДА

Ровно 40 лет назад МОТ впервые употребила понятие «неформальная экономика» в описании деятельности, связанной с тяжелым трудом, которая, однако, «не признается, не регистрируется, не защищена или находится вне рамок правового регулирования государственными органами власти» [1]. По поводу дилеммы о том, должна ли МОТ и ее трехсторонние участники стимулировать неформальный сектор как источник рабочих мест и приносящий доход занятости, в докладе генерального директора Международного бюро труда на 78-й сессии Международной конференции труда [2] подчеркивалось, что «не может быть и речи о том, чтобы МОТ помогала содействию или развитию неформального сектора в качестве легкого и дешевого способа создания занятости, не проявив одновременно такой же решимости постепенно ликвидировать наихудшие аспекты условий труда в этом секторе - эксплуатацию и бесчеловечность».

В противовес прогнозам прошлых лет неформальная экономика быстро расширилась во всех частях земного шара, включая промышленное развитие страны, поэтому к ней нельзя относиться как временному или остаточному явлению. Она оказывает огромное влияние на хозяйственную жизнь общества и рынок труда. Удельный вес неформальной экономики в развитых рыночных странах оценивается исследователями в пределах 5-10% от ВВП. По экспертным оценкам, в России данный показатель составляет около 40- 50%, в Республике Беларусь – 30-40% [3].

Причины и факторы, влияющие на развитие неформальной экономики, наиболее отчетливо проявляются в такой ее органической части, как теневой рынок труда, в котором принято выделять следующие группы:

- занятые одновременно в открытой и в неформальной экономике (вторая работа после или параллельно основной);
- занятые только в неформальной экономике, т.е. незарегистрированные индивидуальные предприниматели;
- нелегальные эмигранты, которые не имеют права работать официально и у которых нет выбора.

Несмотря на свою разнородность, все виды деятельности неформального сектора имеют одну общую черту - уязвимость. Эта уязвимость объясняется тем фактом, что закон их не признает, а, следовательно, они в значительной мере действуют вне законодательного регулирования и пользуются лишь незначительной правовой защитой либо вовсе не обеспечены ею. Это лишает их права обращаться в судебные инстанции с требованием о принудительном исполнении контрактных обязательств или гарантии владения собственностью. В то же время они находятся в сильной зависимости от государственных органов власти и от проводимой предприятиями реального сектора экономики стратегии, а их занятость в целом весьма нестабильна, доходы, как правило, низки и нерегулярны.

Наиболее значимым мерилом положения тех, кто работает в неформальном секторе экономики, является отсутствие у них гарантии безопасности труда (защиты от несчастных случаев и профессиональных заболеваний посредством соблюдения пра-

вил охраны и гигиены труда, режима труда и отдыха). Это причиняет вред здоровью, снижает производительность труда, ухудшает качество жизни и общее благополучие работников неформального сектора, а также членам их семей. Зачастую они даже не знают о рисках, которым подвергаются, а если и знают, то не имеют информации, как их избежать. Низкий технологический уровень, отсутствие возможностей для инвестиций, неотрегулированные трудовые отношения, как правило, повышают подверженность работников неформального сектора опасностям, связанными с несчастными случаями на производстве и профессиональными заболеваниями. Сопутствующим факторам является также неадекватный уровень технической подготовки и управленческой квалификации. Безопасность и гигиена труда работников неформального сектора, осуществляющих свою деятельность на открытых пространствах или в местах, не получивших юридического признания для этих целей, ухудшаются также в связи с отсутствием доступа к средствам санитарии, питьевой воде, электричеству и канализации, j Особенно острой проблемой, связанной с неформальной экономикой, является состояние охраны труда мигрантов. j

С сокращением численности населения во многих странах, усилением социально-экономических и демографических различий между государствами все более активизируются процессы международной миграции. Наряду с перемещениями на законных основаниях большое распространение получила миграция без соответствующего разрешения, или так называемая нелегальная миграция.

На мировых рынках труда мигранты-нелегалы в основном занимают рабочие места, не пользующиеся спросом у местных работников (интеллектуальная миграция в данном случае не рассматривается, так как составляет незначительную часть общемировой миграции трудовых ресурсов). Это, как правило, следующие виды деятельности [4]:

- грязная, тяжелая или опасная работа, не требующая квалификации, включая труд
- повышенной интенсивности (конвейер, строительные работы, добыча природного сырья, обработка пищевых продуктов и т.д.);
- работа низкой или средней квалификации в общественной сфере услуг, включая сферу досуга и развлечений (химчистка, развоз продуктов, уборка, торговля и т.д.);
- работа по уходу и обслуживанию в частной сфере (уборка и домашние работы в частных домохозяйствах, уход за детьми и больными и т.п.);
- занятость в теневом и криминальном секторах экономики (в «левых» незарегистрированных фирмах, в производстве контрафактной продукции и т.п.).

Мигранты заняты также в сезонных работах, т.е. там, где спрос на труд подвержен сильным колебаниям. Чтобы удовлетворить его в период сезонного пика, местных кадров часто не хватает. Работа в сельском хозяйстве, сфере туризма и развлечений также не пользуется спросом у местного населения. Именно мигрантам достаются наиболее опасные и трудоемкие работы, а сами они больше других страдают от травматизма и заболеваний. Изучение рисков и медицинских проблем в отношении этой группы населения носит достаточно суженный характер в силу специфических трудностей в исследовании мигрирующих рабочих из-за их кочевого образа жизни, языковых, и культурных барьеров, а также ограниченных экономических и политических ресурсов.

Состояние здоровья миграционных рабочих во многом определяется условиями их труда и низкими заработками. Они страдают от дефицита в питании, жилье, отсутствия необходимых санитарных условий и медицинского обслуживания. Плотное засе-

ление мигрантов и плохое питание способствуют росту острых инфекционных заболеваний. Они реже других обращаются к врачам, причем их визиты, как правило, связаны только с острыми заболеваниями и травмами. В среде мигрантов профилактика не развита, в то же время многие из них страдают от болезней, требующих постоянного внимания.

Жилищные условия мигрантов и сезонных рабочих варьируются от вполне приемлемого жилья, находящегося под контролем государственных органов, до фактически сараев и временных лагерей, предоставляемых на период проведения работ. Плохие санитарные условия и перенаселенность усиливают риск распространения инфекционных заболеваний. Эти проблемы значительно обостряются в среде миграционных рабочих, которые кочуют в поисках заработка, ограничивая возможности общества по оказанию им помощи в каждом конкретном случае. Поэтому среди этой группы населения наблюдается повышенное распространение паразитарных заболеваний, высока смертность от туберкулеза, а также от многих других хронических заболеваний.

Определенный процент как легально, так и нелегально въехавших в страну рабочих существует в экономике любой страны. Но даже внутри определенной страны есть отрасли с наибольшим количеством занятых мигрантов. К ним относятся, например, сельское хозяйство, строительство, утилизация отходов и другие сферы, где труд тяжел и малооплачиваем.

По оценкам МОТ работающие в сельском хозяйстве подвержены риску гибели на производстве почти в два раза больше, чем работники других отраслей [4].

И хотя соответствующие статистические данные отсутствуют, можно предположить, что уровень производственного травматизма среди мигрантов, занятых в сельском хозяйстве, весьма высок. Это связано, главным образом, с выполнением ими наиболее опасных и тяжелых работ, недостаточной обученностью, отсутствием в ряде случаев средств индивидуальной защиты и т.д.

При выполнении сельскохозяйственных работ мигранты, по сравнению с другими группами сельского населения, подвергаются более высокому риску заболеваний в результате контакта с пестицидами. Это происходит обычно из-за нарушения установленных запретов на нахождение людей в зонах обработки в течение периодов, когда обработанные растения сохраняют повышенную токсичность. Наблюдаются также многочисленные случаи травм, причиненных ручным инструментом типа ножиц, раздражителями и аллергенами в составе агрохимикатов, кожными инфекциями в результате продолжительного контакта с водой, тепловым и солнечным воздействием.

Второй после сельского хозяйства отраслью, где, по оценкам МОТ, особенно высокий уровень травматизма, является строительство. В этой отрасли, особенно в отдаленных регионах Российской Федерации, мигранты, включая нелегалов из различных стран СНГ, в том числе и Беларуси, составляют основной контингент работающих. Занятые преимущественно в мелких и средних строительных компаниях, они, как правило, не имеют никаких гарантий стабильной занятости, даже во время действия договора; работодатель может уволить их в любой момент без предупреждения. В среднем 20% опрошенных не могут свободно уволиться и покинуть место своей работы. Изъятие документа (паспорта) является весьма распространенной формой контроля над работниками и манипулирования ими. Каждый десятый мигрант в Москве и каждый пятый в Астрахани сообщили, что их паспорт находится у работодателя. Около 20% мигрантов не имеют возможности свободно перемещаться по городу и практически находятся на подпольном положении из-за отсутствия регистрации или незаконности найма.

В отличие от постоянных жителей региона, а также граждан из дальнего зарубежья (Турция, Финляндия и др.), работающих в основном в крупных строительных компаниях по договорам, и имеющих все необходимые условия для обеспечения безопасности труда, мигранты-нелегалы работают в условиях повышенного риска, причем ответственность за безопасность ложится, как правило, на плечи только самих работников. При этом официальная статистика о травматизме на строительных объектах не отражает реального положения. По данным МОТ, во многих странах сообщается лишь о менее 20% случаев травматизма при выполнении строительных работ, а долгосрочные последствия профессиональных заболеваний практически не принимаются во внимание.

Уборка территорий и утилизация отходов также относятся к производствам с высоким уровнем занятости мигрантов. На состояние охраны труда работников в этой сфере влияет несоблюдение основных требований безопасности, отсутствие планирования производства работ и недостаточный уровень профессиональной подготовки. Потенциальные риски для работников связаны с недостатком информации о состоянии утилизируемых материалов, прямым воздействием токсичных и других опасных веществ, в особенности канцерогенов. Постоянный шум плохая санитария и общая загрязненность территории оказывают отрицательное влияние на здоровье работника как в краткосрочном плане, так и в долгосрочной перспективе.

Некоторые из трудностей на пути к достойному труду, с которыми сталкиваются работники и предприятия, проявляются не только в неформальной экономике; они характерны и для реальной экономики; Например, как реальная, так и неформальная экономики имеют своих «работающих бедных» с крайне низкой заработной платой. И в том и в другом случае не исключены нарушения правил и норм охраны труда, порядка расследования производственных травм и заболеваний. В этом плане между «неформальной экономикой» и «реальной экономикой» отсутствует четко обозначенная граница. Происходящее в неформальной экономике оказывает влияние на работников и работодателей в реальной экономике и наоборот. Предприятия в неформальной экономике вступают в недобросовестную конкуренцию с предприятиями реальной экономики, так как не платят налоги и взносы в фонды социального обеспечения для трудящихся или избегают иных хозяйственных издержек, включая и затраты на охрану труда, которые несут предприятия в реальной экономике. Поэтому меры, направленные на сокращение чрезмерных операционных издержек и снижение административных барьеров, могут способствовать легализации неформальных предприятий, принести пользу их работникам.

Растущее значение неформальной экономики, как на новых, так и на традиционных территориях, являлось в последние годы предметом обсуждений на многих международных конференциях труда, в резолюциях которых каждый раз формулировалась точка зрения, что «все, кто работает, должны пользоваться правами в сфере труда, независимо от места их работы» [1]. Комплексная и всесторонняя стратегия по достижению достойного труда в пределах всей экономики, в соответствии с рекомендациями МОТ, должна:

- в краткосрочной перспективе отдать приоритет сокращению дефицита достойного труда в неформальной экономике за счет правового признания лиц, занятых в настоящее время в неформальном секторе, предоставления им прав, юридической и социальной защиты, а также возможности создавать представительные организации, защищающие их интересы;
- в среднесрочной перспективе предоставить возможность тем, кто находится в настоящее время в неформальной экономике, найти свое место в более формальных,

защищенных и достойных ее секторах. При этом более пристальным вниманием должны пользоваться те, кто является объектом дискриминации на рынке труда, в частности женщины, безработная молодежь и трудящиеся мигранты; в более продолжительной перспективе создать для всех трудящихся и работодателей в достаточном объеме занятость, которая имела бы официальный, защищенный и достойный характер [1].

Таким образом позиция МОТ по отношению к неформальной экономике в последние десятилетия претерпела некоторые изменения. Так, если в 1991 году МОТ четко заявляла, что неформальная экономика не должна развиваться или пропагандироваться как дешевое средство создания занятости [2], то спустя уже десять лет преодуматривается более либеральный подход, основанный на признании того факта, что все конвенции МОТ, регулирующие вопросы условий труда, включая заработную плату, безопасность и гигиену труда, а также социальные службы имеют такое же отношение к трудящимся неформальной экономики, как и трудящимся, занятым в реальном секторе [1]. Другой вопрос, как на практике преодолеть трудности, связанные с проверкой и обеспечением соблюдения норм, особенно в многочисленных мелких предприятиях и неформальном секторе. Ведь основная причина, по которой работники неформального сектора не пользуются правами, предоставленными им трудовым законодательством, или не охвачены органами регулирования вопросов труда, заключается в том, что деятельность предприятия, на которых они работают, никак не регулируется. В отличие от международных правовых норм, которые, как уже отмечено выше, должны применяться ко «всем трудящимся», трудовое законодательство практически во всех странах направлено на защиту «наемных работников». Однако отсутствие правовых критериев для определения отношения найма размывает различие между самозанятыми работниками и наемными работниками. Многие трудящиеся неформальной экономики, особенно те из них, которые заняты на внештатной основе или на условиях подряда, могут считаться скорее «скрытыми наемными работниками», чем самозанятыми работниками. В то же время работодатели относятся к ним так, как будто бы они являются самозанятыми работниками, и поэтому не платят взносы в систему их социальной защиты, хотя на самом деле эти работники зачастую находятся в полной зависимости от работодателя. Они выполняют работу в условиях подчинения и зависимости, но не пользуются правами и защитой, которые предоставляет статус наемного работника.

Принятие эффективных мер по обеспечению трудовых прав работников в сфере неформальной экономики связано, прежде всего, с внесением ясности в законодательство в ситуациях, когда часть рабочей силы умышленно не регистрируется. При этом эффективным средством сдерживания неформальной экономики является, наряду с устранением пробелов в законодательстве, контролирование ситуации органами власти таким образом, чтобы в максимальной степени исключить возможность отдельных предприятий и индивидуальных предпринимателей комфортно работать в тени, «минимизировать» налоговую базу, применяя пресловутую «серую» зарплату, или зарплату «в конвертах», не производить отчисления на охрану труда, использовать с большой выгодой для себя труд эмигрантов-нелегалов. Совершенно очевидно, что серьезным сдерживающим фактором для деяний, связанных с неформальной экономикой, характеризующихся высокой степенью общественной опасности, должна являться не только административная, но и уголовная ответственность, что, по мнению специалистов в области права [5], отражает потребности современного белорусского общества в уголовно-правовой охране условий своего развития. Определенную роль в деле ограничения неформальной экономики может сыграть также совершенствование

организационно-правового регулирования собственности, обеспечивающее для нанимателя уверенность в стабильности своего положения, что, безусловно, не может не повлиять на его устремления сохранить свое состояние, не прибегая к незаконным формам хозяйствования и не уводя свои капиталы в тень.

Список использованных источников

1. Достойный труд и неформальная экономика: доклад VI. - Женева: Международное бюро труда, 2002. - 167 с.

2. Дилемма неформального сектора: доклад. - Женева: Международное бюро труда, 1991. - 58 с.

3. Кунцевич, В.П. Возникновение и особенности развития теневой экономики в Республике Беларусь/В .П. Кунцевич//Вестник белорусского государственного экономического университета. - 2005, - № 3. - С. 53-58.

4. Энциклопедия по безопасности и гигиене труда: в 4 т./ Ред.кол.: Починок А.П. (гл. ред.) [и др.]. - М.: Министерство труда и социального развития Российской Федерации, 2001. - Т. 3: Отрасли и профессии. -1311 с.

5. Васильева, Л.А., Бахур, О.И. Незаконная миграция в современной Беларуси: проблемы уголовной ответственности/ Л.А. Васильева, О.И. Бахур // Журнал международного права и международных отношений. -2005. - № 1.-С. 13- 17.

Гордеев Сергей Юрьевич, магистрант,

УО «Белорусский государственный экономический университет»

Минск (Беларусь)

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТАРГЕТИНГА В ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЕ

Существует несколько видов таргетинга, которые отличаются друг от друга принципами разделения аудитории на сегменты по определенным характеристикам. Использование каждого из них может быть весьма результативно в каждом конкретном случае. Здесь важно учитывать особенности своих предложений и целевой аудитории, на которую они рассчитаны. Список основных видов таргетинга можно свести к следующим:

- Подбор рекламных площадок. Наиболее популярный вид таргетинга. Осуществляется путем подбора рекламных площадок так, чтобы их посетители соответствовали целевой аудитории.

- Тематический таргетинг. Показ рекламы на веб-сайтах, соответствующих определенной тематике.

- Таргетинг по интересам (контекстная реклама). Показ рекламы в соответствии с интересами посетителей рекламной площадки.

- Географический таргетинг (геотаргетинг). Показ рекламы целевой аудитории, ограниченной некоторым географическим регионом, выбранным рекламодателем.

- Локальный таргетинг. Показ рекламы целевой аудитории, находящейся в радиусе от 900 метров до 15 километров.

- Таргетинг по времени показа (утро или вечер, будни или выходные). Позволяет ограничить показ рекламы по времени в течение дня, недели, года.

- Социально-демографический таргетинг – по возрасту, полу, доходу, должности и т. д.

- Поведенческий таргетинг. Самое перспективное направление на сегодняшний день.

Суть последнего сводится к внедрению механизма сбора информации о действиях пользователя в интернете с помощью cookie-файлов. Информация собирается в так называемых профилях и содержит данные о просмотренных сайтах, поисковых запросах, покупках в интернет-магазинах и т. д. Получив такой профиль, рекламная служба может четко представить себе портрет объекта, узнать его привычки и пристрастия, стать владельцем контактных данных.

- **Геоповеденческий таргетинг.** Понятие впервые упомянуто компанией AlterGeo. Зная о перемещениях субъекта (точное местоположение вплоть до заведения, в котором находится субъект, умеют определять современные геосоциальные сервисы, например, AlterGeo) и остановках («отметках», «чекинах», или «check-ins») в некоторых точках, можно четко представить привычки и пристрастия субъекта. Пример №1: если субъект ходит в пивные, то и пиво наверняка его интересует. Пример №2: Если субъект ходит в заведения определенного типа, то и другое заведение этого же типа наверняка его интересует.

- **Психологический таргетинг.** Также одно из самых перспективных направлений. На основании информации о психологических качествах (психотип, социотип) выдается различная реклама. Теоретическое обоснование - Соционика

- **MSB (Matrix Shop Behaviours).** Новейшая технология, суть которой заключается в следующем: Для каждого заказчика, на основе специфики общения его менеджеров с клиентами, создается поведенческая матрица, которая содержит в себе не только стереотипные модели мышления покупателей в данной бизнес-модели, но и весовые коэффициенты их значимости в процентах. Такая детализация позволяет оценивать качество сайта (структура, юзабилити, дизайн, содержимое текста), не на уровне хорошо/плохо, а на уровне конкретных цифр. [2]

Так же различают прямой и косвенный таргетинг. Прямой таргетинг нацелен на выбор целевой аудитории, напрямую интересующейся предлагаемым товаром или услугой, как например, реклама автомобиля на сайте автомобильного салона. Косвенный таргетинг нацелен на аудиторию, являющуюся целевой для взаимосвязанных с предлагаемым видом товаров или услуг, как например, если возвращаться к сайту автомобильного салона, будет являться реклама шиномонтажа.

Применение таргетинга является основным способом увеличения эффективности рекламной кампании, использование которого является незаменимым элементом продвижения любого товара или услуги в сети.

Решение об использовании данных инструментов лежит целиком на самом рекламодателе. Для увеличения результативности своей рекламной кампании можно остановиться на одном варианте, либо же работать сразу с несколькими видами таргетинга. При разумном подходе к использованию всех имеющихся средств последний вариант позволит существенно увеличить точность таргетирования и тем самым повысить конверсию ресурса. Главное, не стоит забывать, что настройки таргетинга – это, по сути, основные инструменты, позволяющие быстро увеличить результативность рекламных акций. Кроме того, данное средство в наше время является практически незаменимым. Никакие другие способы или средства не принесут подобных результатов при столь незначительных затратах.

Согласно исследованию Network Advertising Initiative (NAI), интернет-реклама, использующая возможности поведенческого таргетинга, является в два раза более эффективной, чем обычная. По данным исследователей, уровень конверсии (conversion rate) для коммуникаций с поведенческим таргетингом достигает 6.8%, тогда как обычной – 2.8%.

Впрочем, при этом поведенческий таргетинг увеличивает стоимость размещения на 2.68 раза. Тогда как средний CPM (стоимость за 1000 показов) обычной рекламы составляет около \$1.98, в случае с поведенческим таргетингом он увеличивается до \$4.12.[3]

Иногда таргетинг позволяет не сузить круг посетителей, а наоборот – расширить. Некоторые региональные сайты сделаны вовсе не для узкой целевой аудитории. Скажем, сайт на тему «Методы продвижения на Яндекс» может интересовать человека и из Москвы, и даже из Германии. В таком случае таргетинг поможет расширить границы и привлечь на сайт пользователей со всего Интернета.[4]

Таргетинг играет огромную роль в мотивации потребителей в сети Интернет приобрести рекламируемый товар. Это утверждают авторы исследования, подготовленного JupiterResearch для компании Revenue Science, которая занимается поведенческим таргетингом.

Особенно эффективно поведенческий таргетинг работает для рекламы потребительских товаров, таких как электроника, компьютеры, бытовая техника и др. Как оказалось, две трети покупателей покупают эти товары как минимум раз в месяц, и именно интернет-реклама оказывает особое влияние на формирование их потребительских интенций.

По данным JupiterResearch, 78% покупателей потребительской электроники и 77% тех, кто приобрел компьютерные товары, делали это под воздействием интернет-рекламы. 67% покупателей потребительской электроники и компьютерной техники замечают в Сети рекламу с использованием поведенческого таргетинга, а почти три четверти отметили, что они более восприимчивы к рекламе с поведенческим таргетингом, чем к контекстной рекламе.

В частности, было обнаружено, что 52% покупателей потребительской электроники и компьютерных товаров посещают сайты интернет-магазинов, освещающие вопросы медицины и здравоохранения, сайты с объявлениями classified и туристические сайты. Именно эти сайты, считают эксперты, представляют наиболее удобными площадками для размещения рекламы электроники, основанной на принципах поведенческого таргетинга.[5]

Исследование показало, что конвертация таргетированной рекламы составляет в среднем 6,8% (это означает, что из 100% кликнувших на рекламу пользователей 6,8% совершили определенное действие, которое рекламодатель определил в качестве цели проводимой кампании: приобрели или заказали товар, позвонили в колл-центр, зарегистрировались на сайте или отправили запрос по электронной почте). Этот же показатель для не-таргетированной рекламы составил лишь 2,8%. Кликнувшие на рекламу пользователи признают, что таргетированная реклама является для них более релевантной.[6]

Так же, значимость таргетинга подчеркивает ежегодный рост затрат компаний на рекламу, в том числе и интернет-рекламу. Nielsen опубликовал очередной кварталный отчет Global AdView Pulse, согласно которому, Европа стала единственным регионом мира, где затраты на рекламу снизились по сравнению с прошлым годом. Падение составило порядка 6%. При этом, некоторые европейские страны всё же показали небольшой рост: Норвегия (2,5%), Швейцария (0,6%), Греция (целых 7,4%). Британский рекламный рынок «просел» на 2,3%. Лидерами роста расходов на рекламу стали страны Латинской Америки – 13,1%. Юго-восточная Азия и тихоокеанский регион выросли в этом смысле на 6,4% (в большей степени за счёт Индонезии, Китая и Филиппин).[7]

Список использованных источников

1. <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B0%D1%80%D0%B3%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3>
2. <http://mirs.com/typetargeting/>
3. <http://www.adindex.ru/news/resarches/2010/03/26/43524.phtml>
4. <http://www.skyseo.ru/article/targeting>
5. <http://mediarevolution.ru/formats/effectivcnss/1021.html>
6. <http://reklamonstr.com/archives/4695>
7. <http://www.mediabusines.com.ua/content/view/36985/54/lang,ru/>
8. <http://www.viraj-spb.ru/obzoryi-reklamnogo-ryinka/rashodyi-na-reklamu-po-regionam-mira.html>

И.И. Гуторова, ассистент

УО «Белорусский государственный экономический университет»

Минск (Беларусь)

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Сфера услуг завоевывает все более устойчивые позиции в мировой экономике. В большинстве стран увеличиваются объемы ее производства и доля в структуре ВВП, возрастает численность занятых, развивается международная торговля услугами. Влияние этих изменений столь велико, что современная экономика часто называется сервисной или экономикой услуг [1].

Учитывая, что значительное число организаций сферы услуг относится к малому бизнесу, те страны, где при их создании действует режим благоприятствования, а различные правовые, административные и прочие проблемы сведены к минимуму, также имеют больше шансов на успех в условиях международной конкуренции. Среди ярких примеров такого успеха – американская индустрия гостеприимства и система бизнес-образования, английская страховая отрасль и аукционная торговля, швейцарские банковская система и пластическая хирургия. В основе этого успеха, в соответствии с идеями М.Портера, – определенная комбинация детерминант конкурентных преимуществ, причем их сочетание не является неизменным.

Сервисный сектор, таким образом, становится предметом все более пристального внимания со стороны исследователей, приурочивающих к самым различным научным направлениям, среди которых – экономика, маркетинг, менеджмент [1].

Индустрия гостеприимства является сравнительно новой категорией для отечественной экономики. Однако ее значение возрастает с каждым днем. Это обусловлено, в первую очередь, растущим интересом к сфере обслуживания, к возможностям управления ею и использования для повышения экономического потенциала и уровня развития государства [3].

Как любая новая категория, термин индустрия гостеприимства нуждается в осмыслении. Определению индустрии гостеприимства посвящены многочисленные научные и практические исследования, особенно зарубежных ученых. Как правило, под индустрией гостеприимства понимают межотраслевую многофункциональную составляющую национальной экономики, производящую разнообразные услуги и охватывающую разные группы организаций, включая гостиницы, отели, гостевые дома,