

8. Laķis, P. Latvijas sabiedrības sociālā stratifikācija 1990.gadu sākumā. Latvijas Zinātņu akadēmijas Vēstis. Nr.4 (1994): 8-13.
9. Барбер Б. „Структура социальной стратификации и тенденции социальной мобильности.” В кн.: Американская социология: Перспективы. Проблемы. Методы. Москва: Прогресс, 1972. С. 235-247.
10. Котова Ю. „РОСГОССТРАХ пересчитал средний класс в России”
<http://www.business-magazine.ru/investments/private/pub296770> (2011.30.08.)
11. Eurostat „Labour productivity per person employed”
<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tsie b030&plugin=0> (2011.30.08.)
12. Eurostat „Labour productivity per hour worked”
<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tsie b040&plugin=0> (2011.30.08.)

УДК 339.138

НЕКОТОРЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

Е. В. Мещерякова, доцент

*УО «Белорусский государственный технологический университет»,
г. Минск, Республика Беларусь*

Современный этап развития мирового рынка характеризуется высокой конкурентностью. Повышение взаимозависимости национальных экономик, активизация интеграционных процессов, в том числе на постсоветском пространстве, обострение конкуренции на международных рынках приводит к тому, что основной проблемой на предприятиях стало достижение устойчивости сбыта продукции. Конкурировать приходится не только производимой продукцией, но и мобильностью, адаптивностью всех систем управления, в том числе маркетинговой деятельностью. Отсутствие комплексного подхода к построению системы управления маркетингом с учетом характеристик внешней среды существенно ограничивает возможности развития предприятия.

Белорусский рынок строительных материалов в настоящее время характеризуется разнообразием изделий для строительства и является одним из быстрорастущих и развивающихся рынков. На нем представлена продукция как отечественных, так и импортных производителей. Показатели отечественного производства строительных материалов соответствуют динамике жилищного строительства в Беларуси, имеющей тенденцию к незначительному росту. Основную долю рынка строительных материалов занимают следующие группы товаров: плитка керамическая; стеновые материалы; строительные металлоконструкции; цемент; стекло полированное листовое; конструкции и детали сборные железобетонные; материалы строительные нерудные; санитарно-строительные керамические изделия; известь; минеральная вата и изделия из нее; листы гипсокартонные.

С образованием Единого экономического пространства (ЕЭП) Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации создается рынок со свободным движением товаров, капитала, рабочей силы и услуг. Правовая база ЕЭП направлена на создание унифицированных условий для инвестиций, предоставления субсидий, проведение единой конкурентной политики, установление общих правил в области регулирования деятельности естественных монополий, отказ от антидемпинговых и иных защитных мер, гармонизацию технических и регулирующих стандартов и регламентов и иных нетарифных барьеров, упрощение трудовой миграции.

В этих условиях у белорусских предприятий будут меняться рынки сбыта и проблем здесь возникнет много. Главная из них состоит в том, что по темпам перехода к рыночным отношениям белорусские строители отстают от российских коллег. Вторая - снижение ценовой конкурентоспособности многих белорусских строительных предприятий как на российском рынке, так и на внутреннем, особенно учитывая наблюдающийся валютный кризис. Покупательский спрос переориентировался на более дешевые товары из-за снижения покупательной способности населения, роста отпускных цен в связи с нарастающей инфляцией, высокой стоимости топливно-энергетических ресурсов для белорусских предприятий: удорожания перевозок

В настоящей работе рассматривается система управления маркетингом на предприятиях строительной отрасли с целью разработки направлений совершенствования этой системы в процессе создания Единого экономического пространства.

Российская Федерация является крупнейшим торговым партнером Республики Беларусь в строительной индустрии. За последние пять лет заключены экономические соглашения с 35 регионами Российской Федерации. Белорусский строительный комплекс, его мощная промышленная база имеют потенциал, превьющающий внутренние потребности страны. Белорусский строительный рынок не может освоить более 40-50% продукции, которую в состоянии выпустить предприятия. Создание ЕЭП позволяет расширить масштабы взаимовыгодного сотрудничества строительных комплексов двух стран. Но существующие уже сейчас проблемы, будут только усиливаться в процессе интеграции и определять сбыт белорусских строительных материалов.

Наши предприятия выпускают строительные материалы высокого качества, не уступающие западным образцам благодаря наличию достаточной сырьевой базы и опыта производства - полированное стекло, керамзит, цемент, оконные блоки, силикатный кирпич, керамическую плитку. И до валютного кризиса цены на стеновые материалы были ниже мировых, что позволило в условиях снижения спроса на российских рынках начать переориентацию на рынки стран дальнего зарубежья.

В Республике Беларусь за период с 1995 г. по 2009 г. отмечался рост выпуска стеновых строительных материалов. Данная тенденция сопровождалась коренными структурными сдвигами в производстве. Выпуск кирпича за рассматриваемый период сократился на 35%. В то же время производство мелких стеновых блоков из ячеистых бетонов, напротив, возросло более чем в 3,6 раза. Пик объемов производства ячеистобетонных изделий в Беларуси пришелся на 2008 г. - за год выпущено 2,97 млн. м³.

С освоением монолитно-каркасного способа возведения зданий, в связи с дефицитом рабочей силы, необходимостью сокращения сроков строительства в стране и в целом в ЕЭП, будет возрастать потребность в изделиях из ячеистого бетона. Государственной программой «Основные направления развития материально-технической базы строительства Республики Беларусь до 2015 года» ячеистобетонные изделия определены основным строительным материалом. К 2015г. прогнозируется в 4 раза увеличить выпуск данного строительного материала по сравнению с уровнем 1998г. Рынок ячеистого бетона в Республике Беларусь насыщен, основными производителями являются следующие предприятия: КИ «Могилевский КСИ»; ОАО «Забудова»; ОАО «Гродненский КСИ»; ОАО «Гомельстройматериалы»; ОАО «Сморгоньсиликато-бетон»; ОАО «Любанский завод стеновых блоков»; ОАО «Минский КСИ»; ОАО «Оршастройматериалы»; ОАО «Березовский КСИ»; ООО «Газосиликат», г. Могилев.

Рассмотрим деятельность одного из ведущих предприятий строительной отрасли - холдинга ОАО «Забудова», в составе которого четыре завода: завод строительных конструкций (ЗСК); деревообрабатывающий завод (ДОЗ); завод кровельной черепицы (ЗКЧ); завод строительных материалов и изделий (ЗСМ).

Структура товарной номенклатуры данного предприятия: ячеистый бетон - 55%, столярные изделия - 24%, тяжелый бетон - 9%, сухие смеси - 6%, известь гидратная - 3%, известь молотая - 0,5%, гипсовое вяжущее - 0,3%, черепица - 3,3%.

По выпуску ячеистобетонных изделий ОАО «Забудова» находится на втором месте в отечественном производстве, занимая лидирующие позиции. Для роста экспорта есть определенные условия: высокое качество продукции, позволяющее конкурировать с аналогами других стран; нестабильное финансовое состояние внутренних потребителей; относительно дешевое сырье и рабочая сила, позволяющие достичь высокого уровня рентабельности и конкурировать по отпускной цене.

Рынки сбыта продукции ОАО «Забудова» охватывают Республику Беларусь, страны Балтии, Украину, Молдову, Польшу, Венгрию, Болгарию, Румынию, западные регионы России, а также Азербайджан, Казахстан, Армению. Основными регионами экспорта являются страны СНГ, из которых наибольший удельный вес экспорта приходится на Российскую Федерацию - более 85%, 30% производства блоков из ячеистого бетона. Но объемы экспорта в Россию снизились примерно в 2,5 раза за последние 5 лет. Определим причины данного явления.

В России производство ячеистого бетона стало ускоренно развиваться в 2000 г. после открытия первых современных заводов в Липецке, Санкт-Петербурге, Самаре, Новосибирске, а также Свердловской области, Санкт-Петербурге, Воскресенске, Воронеже, Москве, Омске. В последнее время в эксплуатацию введены 24 новых завода по производству ячеистобетонных изделий. Кроме того, в ближайшее время данную продукцию намечено выпускать еще на 20 предприятиях, строительство которых находится в разной степени готовности.

Эксперты ассоциации строителей России отметили, что банки приостановили кредитование инвестиционно-строительных проектов из-за существенного снижения ликвидности и качественного роста рисков нереализации готовых жилищных объектов. Снизились объемы ипотечного жилищного кредитования. В результате, предприятия строительной индустрии вынуждены сокращать объемы производства основных строительных материалов. Хотя пока объем импорта, например, ячеистого бетона в России намного превосходит объем экспорта.

Белорусские же предприятия строительной отрасли стоят перед необходимостью увеличения отпускных цен - продолжает расти стоимость топливно-энергетических ресурсов и транспортные расходы, что конечно, будет влиять на уровень и структуру сбыта.

В этой ситуации надо менять политику маркетинга на более агрессивную, вести переговоры с компаниями, занимающимися строительством и реализацией строительных материалов, по представлению и продаже нашей продукции как в Республике Беларусь, так и за её пределами с целью захвата новых рынков сбыта и удержанию уже имеющихся. Деятельность предприятий на сегодняшний день можно условно разбить на два этапа: этап внедрения на рынке, на котором предполагается решение следующих задач: наработка клиентской базы; увеличение объемов продаж; завоевание лидерства по показателям доли рынка; создание положительного имиджа торгового дома. И этап глубокого проникновения, который предусматривает следующие мероприятия: повышение качества продукции; расширение ассортимента продукции; проникновение в новые географические сегменты рынка.

С учетом анализа состояния и тенденций развития внутреннего и внешнего рынков, в основу маркетинговой стратегии необходимо положить концепцию концентрированного маркетинга на первом этапе с постепенным переходом на стратегию дифференцированного маркетинга на втором этапе. Эта стратегия ориентирована на покупателей и маркетинговые программы, которые соответствуют их мотивам и потребностям, поэтому обеспечивает более высокий объем продаж и меньший уровень риска, чем стратегия концентрированного маркетинга.

При продажах на внешнем рынке надо использовать стратегию договорных цен, подразумевающую индивидуальный подход к каждому экспортному заказу. Окончательная цена зависит от объема заказа и от страны-импортера. В борьбе за экспортные заказы очень важна четко построенная система логистики. Это позволяет не только обеспечить клиенту должный сервис, но и приводит к снижению транспортных затрат и общей стоимости заказа.

Целесообразно проведение следующих мероприятий: синхронизация планов: продаж, производства, закупок и финансовых; постоянный мониторинг и оценка эффективности рынка - как уже с имеющейся клиентской базой, так и с потенциальными клиентами: повышение спроса по всем регионам Республики Беларусь методом активной рекламы, улучшение уровня работы бренд-менеджеров, участия в выставках и ярмарках с анализом работы на них, разработки буклетов и рекламных материалов; развитие дилерской сети; открытие Интернет-магазинов по Республике Беларусь и для привлечения интереса в СНГ и странах Евросоюза к нашему экспорту; производить востребованную на рынке продукции на основании заказов потребителей; организовывать доставку продукции на строящиеся объекты по оптимизированным логистическим схемам своим автотранспортом; обеспечение полного и своевременного выполнения заявок и сокращение сроков отгрузки продукции железнодорожным транспортом; обеспечение качества выпускаемой продукции, соответствующей требованиям рынка и конкретного потребителя, организация постоянной работы по снижению себестоимости производства.

Современный маркетинг требует от предприятия гораздо большего, чем просто создать хороший товар, назначить на него привлекательную цену и обеспечить его доступность для целевых потребителей. Предприятия еще должны осуществлять коммуникации со своими покупателями и осуществлять мониторинг внешней среды. В целом, каждая из составляющих маркетингового взаимодействия должна соответствовать целям и задачам политики предприятия и только тогда белорусские производители строительных материалов смогут не только выжить в условиях ЕЭП, но и успешно развиваться дальше.

УДК 331.1

ТРУДОВОЙ ПОТЕНЦИАЛ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОГО ВЕКТОРА РАЗВИТИЯ

М. А. Миронова, аспирант

*УО «Белорусский государственный технологический университет»,
г. Минск, Республика Беларусь*

Современная инновационная система общественного воспроизводства предъявляет новые требования к уровню использования трудового потенциала. В частности, складывающийся новый тип работника, получивший название инновационной личности, должен обладать высоким уровнем знаний, быть способным к генерированию и реализации нововведений. Это обусловлено тем, что в условиях ускорения инновационных процессов именно знания, творческие и предпринимательские способности кадров рассматриваются как основной ресурс повышения эффективности развития социально-экономической системы и обеспечения ее конкурентных преимуществ. В этой связи именно инновационный трудовой потенциал экономической системы (потенциал инновационного типа), основу которого составляет научно-кадровый потенциал, должен стать ключевым фактором прогрессивного экономического развития [1].

Различают трудовой потенциал человека, организации, общества (страны). С достаточной степенью уверенности можно утверждать, что наиболее актуальным и одновременно

менее изученным является трудовой потенциал организации. В общем смысле под трудовым потенциалом организации принято понимать возможное количество и качество труда, которым располагает трудовой коллектив (кадры) организации при определенном уровне развития [2].

Представление о сущности трудового потенциала определяет подход к его оценке, изменению и управлению. Количественно трудовой потенциал выражается системой параметров, характеризующей все его стороны. Достаточно известным является подход к определению трудового потенциала через систему параметров, где в качестве компонентов трудового потенциала обозначены здоровье, нравственность, творческий потенциал, активность, организованность и асертивность, образование, профессионализм, ресурсы рабочего времени [3]. Безусловно, все перечисленные составляющие характеризуют трудовой потенциал. Однако в условиях, когда инновационность экономики является необходимым условием для решения поставленных задач развития, нельзя не учитывать элемент инновационности в трудовом потенциале. Поэтому более адекватным современному видению данной проблемы является включение в трудовой потенциал и элемента новаторства.

С учетом вышесказанного попытаемся сформулировать метод оценки интегрального показателя трудового потенциала организации, поскольку необходима характеристика его количественной и качественной сторон. Для характеристики трудового потенциала с количественной стороны используются такие показатели, как: а) численность промышленно-производственного персонала и персонала непроизводственных подразделений; б) количество рабочего времени, возможного к отработке при нормальном уровне интенсивности труда. Качественная характеристика трудового потенциала направлена на оценку: а) физического и психологического потенциала работников предприятия; б) объема общих и специальных знаний, трудовых навыков и умений, обуславливающих способность к труду определенного качества; в) качества членов коллектива как субъектов хозяйственной деятельности (ответственность, сознательная зрелость, интерес и т.п.); г) качества членов коллектива как субъектов инновационной деятельности (творческий подход к выполняемым функциональным обязанностям, новаторство в профессиональной деятельности) [4].

Характеристика качественной стороны трудового потенциала также может быть произведена с использованием количественных показателей. Например, для оценки состояния здоровья можно предложить коэффициент состояния здоровья $KЗ$, который рассчитывается по следующей формуле:

$$KЗ = 1 - KB = 1 - \PhiБ / \Phi \quad (1)$$

где KB — коэффициент заболеваемости, рассчитываемый как соотношение невыходов по болезням ($\PhiБ$) к общему фонду рабочего времени (Φ), т. е. состояние здоровья оценивается косвенно через уровень заболеваемости (в долях единицы).

Для оценки уровня квалификации — коэффициент квалификации KK . Данный коэффициент для разных категорий персонала предприятия рассчитывается по-разному. Так, для категории рабочих его можно рассчитать как отношение среднего разряда рабочих на предприятии к максимальному разряду.

$$KKP = RCP / RMAX, \quad (2)$$

где KKP — коэффициент квалификации рабочих (в долях единицы);

RCP — средний разряд рабочих в целом по предприятию;

$RMAX$ — максимальный для рабочих разряд.

Если на разных участках максимальный разряд имеет различное значение, то берется среднее значение максимального разряда.

Для служащих необходимым условием повышения квалификации является участие в семинарах, тренингах, курсах повышения квалификации с последующим внедрением результатов в текущий процесс. Поэтому характеристикой квалификации служащих (управленческого и обслуживающего персонала, а также основного, если эта организация оказывает

услуги) может служить расчет коэффициента квалификации как отношения количества сотрудников, прошедших курсы повышения квалификации, стажировки, участвующих в семинарах, тренингах по специальности к общей численности сотрудников. Формула расчета коэффициента квалификации для служащих будет иметь вид:

$$KКС = NK / N, \quad (3)$$

где $KКС$ — коэффициент квалификации служащих;

NK — количество сотрудников, повысивших свою квалификацию за последний год (чел.);

N — общая численность сотрудников (чел.).

На производственных предприятиях коэффициент квалификации рассчитывается как сумма коэффициента квалификации рабочих и коэффициента квалификации сотрудников. Для предприятия, оказывающего услуги, расчет следует вести только по формуле расчета коэффициента квалификации служащих.

Нравственный климат в коллективе может характеризовать коэффициент нравственности KN , который можно определить отношением времени потерь из-за разрешения конфликтов к фонду рабочего времени.

$$KN = \PhiК / \Phi, \quad (4)$$

где $\PhiК$ — количество времени, потерянное на разрешение конфликта (час.);

Φ — общий фонд рабочего времени (час.).

Инновационную составляющую трудового потенциала определяют коэффициенты новаторства KN , инновационной активности Ki и уровня образования KO . Коэффициент новаторства характеризует результативность инновационной деятельности работников в результате внедрения новых и усовершенствованных методов работы, внедрения технологий, изобретений, рационализаторских предложений, новых изделий на одного работника. Однако инновационная деятельность не должна быть самоцелью. Конечным результатом инновационной деятельности является повышение эффективности производства. Поэтому коэффициент новаторства рассчитывается как отношение дополнительного дохода от инновационной деятельности к общей сумме затрат на внедрение инновации.

$$KN = \sum i / \sum z, \quad (5)$$

где $\sum i$ — экономический эффект от внедрения новшества (руб.);

$\sum z$ — затраты на внедрение новшества (руб.).

В то же время есть виды новшеств на предприятии, которые не сопровождаются прямым экономическим эффектом или его очень трудно выделить в количественном измерении. Например, сокращение времени на обработку документации не выражается прямым финансовым результатом. Как правило, работники, выполняющие подобные функции, получают заработную плату в форме оклада. Тем не менее эффект от новшества работника, позволяющего сократить время обработки документации, имеется. И выражается он в увеличении производительности труда. Поэтому, наряду с коэффициентом новаторства KN , для более полной оценки трудового потенциала организации следует проводить расчет коэффициента инновационной активности Ki по формуле:

$$Ki = Ni / N, \quad (6)$$

где Ni — количество внедрения новых и усовершенствованных методов работы, внедрения технологий, изобретений, рационализаторских предложений, новых изделий (ед.);

N — численность работников (чел.).

Коэффициент уровня образования KO , определяемый долей работников с высшим и средним образованием в общей численности работающих, рассчитывается по формуле:

$$KO = NO / N, \quad (7)$$

где NO — численность работников с высшим и средним образованием (чел.);

N — общая численность работающих (чел.).

Удовлетворенность условиями труда, результатами работы, моральным климатом и уровнем материального вознаграждения является залогом высоких результатов работы предприятия. Поэтому значительное место при оценке трудового потенциала занимает коэффициент стабильности коллектива, который может быть рассчитан как отношение количества работников, проработавших в данной организации не менее 3 лет, к общему числу работников по формуле:

$$КС = NC / N, \quad (8)$$

где NC — численность сотрудников, проработавших в организации не менее 3-х лет (чел.);

N — общая численность сотрудников (чел.).

Максимальный потенциал трудового развития и повышения производительности имеет коллектив, состоящий главным образом из работников в возрасте 28 – 50 лет. Поэтому характеристикой физической трудоспособности является соответствующий коэффициент — $КФТ$, который рассчитывается как отношение количества работающих в возрасте 28 – 50 лет (наиболее производительный возраст) к общей численности по формуле:

$$КФТ = НПР / N, \quad (9)$$

где $НПР$ — численность работающих в наиболее производительном возрасте 28-30 лет (чел.);

N — общая численность работающих (чел.).

Таким образом, важной задачей оценки трудового потенциала является разработка комплекса показателей, позволяющих охватить все его составляющие.

При оценке трудового потенциала следует учитывать специфику деятельности предприятия, что выражается в различной значимости составляющих параметров. Для этого может быть применен какой-либо из экспертных методов. Например, методом Дельфи группа экспертов предприятия определяет значимость каждого из составляющих параметров трудового потенциала. Далее расчет интегрального показателя производится по формуле:

$$ПИ = a \cdot КЗ + b \cdot ККР + c \cdot КК + d \cdot КН + e \cdot КИ + t \cdot Ки + f \cdot КО + g \cdot КС + h \cdot КФТ, \quad (10)$$

где $a, b, c, d, e, t, f, g, h$ — коэффициенты значимости параметров трудового потенциала.

Если расчеты проводятся впервые, то полученный результат сравнивается с результатом одного из наиболее успешных предприятий, аналогичного по виду деятельности и величине. Однако, поскольку подобные расчеты пока в практике не проводились, можно предложить при мониторинге трудового потенциала вести сравнение с величиной потенциала, максимального по величине в определенном периоде времени. Кроме того, для повышения эффективности трудовой деятельности следует в рабочем порядке определять планом предприятия темп роста трудового потенциала. Например, установить 5% ежегодного роста [5, 6].

Решение задач полного и рационального использования трудового потенциала, а также его развития является сегодня принципиальной задачей кадровой политики организации, которой необходимо уделять особое значение как основополагающей для достижения стратегических целей и задач. Предложенный метод оценки трудового потенциала может использоваться для выработки рациональных стратегических решений, оптимизации планирования кадровой работы, а также способствовать инновационному развитию предприятия.

Список использованных источников

1. Мухамедвалеева, Е. А. Профессионально-культурный потенциал личности студента / Е. А. Мухамедвалеева // Вестник Красноярского государственного университета (серия «Гуманитарные науки»). — 2006. — № 3/1. — с. 94-96;
2. Советский энциклопедический словарь — Москва: Сов. энциклопедия, 1981. — с. 1058

3. Генкин, Б. М. Экономика и социология труда / Б. М. Генкин. – 7-е изд., доп. – Москва: Норма, 2007. – 448 с.
4. Николаева, И. П. Ресурсы инноваций: организационный, финансовый, административный: учеб. пособие для экон. вузов / Д. И. Кокурин, И. П. Николаева, В. М. Шепелев, Г. Д. Ковалев; под ред. И. П. Николаевой. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 317 с.
5. Бухонова, С. М. Теоретические и методические основы экономической оценки трудового потенциала / С. М. Бухонова, Ю. А. Дорошенко // Российское предпринимательство. – 2004. – № 5.
[Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/library/prd659.php>.
6. Хмелева, Г. А., Хмелева, Е. М. Проблемы перехода к инновационной экономике. Проблемы современной экономики, N 2(30). [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.in-economy.ru>.

УДК 332

ВОЗДЕЙСТВИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ГОМЕЛЬСКОГО РЕГИОНА

О. В. Морозова, ассистент

*УО «Белорусский торгово-экономический университет»,
г. Гомель, Республика Беларусь*

Бесспорным является тот факт, что развитие человеческого потенциала напрямую связано с показателями здоровья (заболеваемости) человека. В настоящее время человеческий (интеллектуальный) капитал предопределяет состояние экономического развития во всех странах. Именно здоровый человек с высоким уровнем знаний (образования), профессиональной подготовки, деловой и общественной активности, инициативности становится главной движущей силой и фундаментом экономического развития.

Согласно докладу Бюро экономических исследований Гарвардского университета, увеличение средней продолжительности жизни на один год ведет к 4-процентному увеличению ВВП [1, с. 110]. До этого не было достоверно установлено, является ли хорошее здоровье движущей силой развития экономики или это просто следствие более высоких зарплат и уровня образования. На основании анализа данных по 104 странам мира за три десятилетия ученые Гарвардского университета определили, что более высокие доходы ведут к улучшению здоровья, но справедливо и обратное, особенно для бедных и развивающихся стран, где велика роль физического труда, — там физически крепкие люди могут интенсивнее работать и больше зарабатывать.

Поскольку здоровые люди более динамично увеличивают ВВП, то здоровье является благом не только для них, но и для всего общества, поэтому можно сделать вывод о зависимости между показателями роста производительности труда и здоровья. В целом по Республике Беларусь уровень заболеваемости населения в 2010 г. по сравнению с 1990 г. вырос на 55,2 %, в том числе детей в возрасте до 17 лет за период 2002–2010 гг. — на 32,3 %. Из анализа структуры заболеваемости следует, что наиболее часто население страны обращалось за медицинской помощью по поводу болезней органов дыхания.

К числу основных факторов, определяющих здоровье человека, относится окружающая среда. По оценкам Всемирной организации здравоохранения, в Республике Беларусь данный фактор определяет треть заболеваемости населения [2, с. 17].