

- внедрение современных систем управления качеством с учетом требований экологии и международных стандартов;
- совершенствование структуры экспорта за счет повышения доли товаров с высокой добавленной стоимостью.

В условиях продолжающегося мирового финансово-экономического кризиса особую актуальность приобретают вопросы улучшения маркетинговой деятельности, активизации взаимодействия с информационно-аналитическими отделами ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа» и торгово-экономическими службами загра-нучреждений Республики Беларусь по поиску новых рынков сбыта продукции отечественного лесопромышленного комплекса (страны Ближнего Востока и Африки, Индия, США, Япония), а также развития товаропроводящей сети.

Список использованных источников

1. Рациональное использование лесных ресурсов: состояние и перспективы развития лесопромышленного комплекса России в XXI веке: материалы международного лесного форума «Лес и человек», Москва, 2-5 сентября 2002 г. - М. 2002. - 28 с.
2. Селицкая, Е.Н. Лесопромышленный комплекс Беларуси: современный уровень развития, проблемы, перспективы / Е.Н. Селицкая - // Лесопромышленник. - 2007. - №1.-С. 14-17.

УДК 339.138

О ВЗАИМОСВЯЗИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ БИЗНЕСА И ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР В СОЦИАЛЬНО- РЕГУЛИРУЕМОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

М.Н. Семенов

*УО «Витебский государственный технологический университет»,
г. Витебск, Республика Беларусь*

В социально-регулируемой рыночной экономике, с точки зрения маркетинга, производство продукции это не самоцель, а процесс производства товаров востребованных конечными потребителями на конкретных рынках, с учетом платежеспособного спроса. Интегрирующая роль маркетинга в этом процессе взаимосвязи интересов производителей (бизнеса), потребителей и общества в целом автоматически сложиться не может, поэтому необходима регулирующая роль государства. В этом плане главной задачей государства является формирование оптимально-рационального механизма производства и реализации востребованных покупателями товаров с учетом их месторасположения и платежеспособного спроса. Поэтому маркетинг призван интегрировать (согласовывать) интересы всех субъектов социально-регулируемой рыночной экономики.

В этих целях необходимо постоянно совершенствовать формируемую в республике инфраструктуру рыночной экономики в целом, с учетом согласованной деятельности субъектов всех видов рынков, всех видов торговли и рыночных институтов – государственных и коммерческих организаций: лицензирующих, регулирующих, контролирующих и опосредующих все виды предпринимательской деятельности. В этом плане необходимо совершенствовать учебный процесс подготовки маркетологов, менеджеров и деятельность маркетологических центров, с учетом формируемых рынков и особенностей регионов. Формируемая в республике законодательная основа инфраструктуры рыночной экономики призвана стимулировать честную предпринимательскую деятельность, упреждающую теневую экономику и коррупцию Современная инфраструктура рыночной

экономики развитых стран формировалась многими поколениями людей и является подлинным богатством общества. Республика Беларусь формирует рыночную инфраструктуру с учетом опыта развитых стран.

Деятельность всех субъектов формируемой инфраструктуры рыночной экономики необходимо анализировать с двух сторон. Во-первых, как самостоятельные подсистемы инфраструктуры в целом, с анализом позитивных и негативных сторон функционирующих рынков, видов торговли и других параметров деятельности субъектов рыночной инфраструктуры. Во-вторых, в совокупности и взаимосвязи их деятельности, с учетом социальной политики государства и его функций. Такой механизм объективно необходим в условиях формирования социально-регулируемой рыночной экономики. Только с учетом согласованности этой деятельности можно обеспечить достижение основных целей социальной политики государства, и главным образом, создание благоприятных условий жизни населения и нейтрализации негативных сторон рыночной экономики.

Анализируя неоспоримые позитивные стороны формируемой в республике рыночной экономики – свободу предпринимательской деятельности, конкуренции и ценообразования, можно констатировать и негативные факты. Главным образом, это несоблюдение многими предпринимателями законодательных параметров предельных цен (тарифов) и предельных торговых наценок (скидок) к ценам на социально значимые товары (услуги).

Как результат, необоснованно повышаются цены и торговые наценки. Многие виды товаров, которые производятся и могут производиться на территории республики импортируются теневыми каналами без регулирования таможенных пошлин (1).

Оптимальный механизм взаимосвязи маркетинговой деятельности субъектов бизнеса и организационных структур в социально-регулируемой инфраструктуре рыночной экономики является вечной проблемой каждой страны, так как бесконечно изменяются организационные, технические, социально-экономические условия производства и уровень жизни людей. Это вызывает необходимость совершенствования государственного регулирования маркетинговой деятельности субъектов рыночной экономики.

Подлинный прогресс общественного производства, ставший ощутимым, в последние два столетия мировой истории, достигнут во многом благодаря совершенствованию механизма государственного регулирования инфраструктуры рыночной экономики в соответствии с развитием производительных сил и совершенствования системы производственных отношений. Лауреаты Нобелевской премии за 2001 год в области экономических наук Джозеф Стиглиц, Джордж Акерлоф и Майкал Спенсу доказали наибольшую эффективность не чисто либеральной модели развития рыночной экономики, а необходимость самого активного регулирования государством рыночных процессов (2). Такое регулирование, отметил президент А. Г. Лукашенко, наша республика стала проводить на семь лет раньше. В частности, речь идет об отказе от принципа неограниченной конкуренции и признаний важной роли социального фактора. Это требует логически объективного подхода к анализу проблем регулирования деятельности субъектов инфраструктуры рыночной экономики, с учетом социальной политики государства.

Государственное регулирование рыночной экономики осуществляется в каждой стране. Естественно, его формы и методы зависят от конкретного уровня развития производительных сил и производственных отношений. Регулирование взаимосвязи интересов предпринимателей и общества в целом во всех странах является обязательным условием. Свобода предпринимательства и государство имеют противоречивый характер. Обе названные стороны отношения представляют собой противоположности. Рыночная экономика – это выбор и основанная на нем свобода предпринимательства. Государство – это принуждение, ограничивающее свободу выбора. Свобода всегда воспринимается как высшая ценность, а принуждение – как ее отрицание. Полная свобода предпринимательской деятельности, как было отмечено выше во многих случаях порождает негативные следствия.

Минимизация и преодоление негативных сторон рыночных отношений вызывает необходимость интеграции маркетинговой деятельности и совершенствования законодательной основы по формированию рынков социально востребованных товаров, с учетом интересов предпринимателей и общества в целом.

Формируя целенаправленную маркетинговую деятельность и регулируя механизм ценообразования государство решает многие проблемы экономического и социального характера. Стимулируя производство востребованных рынком товаров налоговыми параметрами и регулируя цены на социально значимые товары (услуги) государство способствует удовлетворению платежеспособного спроса населения с низкими доходами.

Благодаря жесткому государственному регулированию рыночных отношений многие страны Европы и Восточной Азии смогли за несколько лет превратиться в передовые и решить комплекс социально-экономических проблем. Это сейчас называют «Экономическим чудом» (3). Государства четко определяли совокупность мер по регулированию взаимосвязи отношений между рынком и государством, импортом и экспортом, при этом позитивные и негативные стороны рыночной деятельности всесторонне обсуждались обществом на всех уровнях. В китайских реформах государство всячески старалось компенсировать потери тем, кто страдал в результате рыночных преобразований. Несмотря на то, что Китай в настоящее время производит 60% всей обуви в мире, при этом пошлины на ее импорт – 25%, а в России – 10% (4). За теневые доходы в рыночной экономике Китая субъекты всех уровней жестко караются законом. Так, с 2000 года, когда развернулась компания борьбы с теневой экономикой и взятками, суды Китая приговорили к расстрелу десять тысяч чиновников (мэров, министров и губернаторов), еще сто двадцать тысяч загремели в тюрьму на срок от десяти до двадцати лет (5).

В настоящее время во всех развитых странах государство централизует взаимосвязь торговли и протекционизма. В «чистом виде» эти категории практически нигде не используются. Политика протекционизма проводится государством, когда внутренняя экономика данной страны или отдельные отрасли недостаточно конкурентоспособны на мировом рынке, а поэтому нуждаются в помощи государства, которое создает стимулы защиты слабых отраслей, используя для этого определенный набор торгово-политических средств. Такая политика имеет важное значение и особенно на современном этапе экономического кризиса.

Социально-экономическое развитие Республики Беларусь в последние годы демонстрирует достаточно удачное сочетание мер государственного и рыночного регулирования. Тенденции ужесточения внешних условий диктуют необходимость более оперативного реагирования на изменения конъюнктуры рынка, что позволяет сделать вывод о целесообразности смещения баланса в сторону экономических мер государственного регулирования. Законодательно формируемая в республике либерализация предпринимательской деятельности на современном этапе позволяет решить две проблемы. Первая – это создание условий для дополнительных рабочих мест. Вторая – производство товаров и услуг для социально востребованных сегментов рынка. Решение этих проблем во многом зависит от механизма государственного регулирования и стимулирования предпринимательской деятельности субъектов инфраструктуры рыночной экономики, исключая теневую экономику и коррупцию.

Формируемая в республике социально-регулируемая рыночная экономика вызывает необходимость совершенствовать формы и методы законодательного воздействия на позитивные и негативные стороны либерализации рыночных отношений. В этом плане целесообразно:

1. Ориентировать предпринимательскую деятельность на производство товаров (услуг) для социально востребованных сегментов рынка и регламентировать импорт аналогичных товаров, производимых в конкретных регионах и республике в целом.

2. Постоянно совершенствовать дифференциацию налоговых платежей на производство социально востребованных товаров (услуг), с учетом особенностей конкретного региона, рынка труда и других факторов.

3. Законодательно определять периодичность информационной отчетности предпринимателей о выполнении социально значимых параметров производимых товаров (услуг) и повысить ответственность субъектов рыночной инфраструктуры допускающих теневую экономику и коррупцию.

4. Скорректировать организационно-функциональную ответственность маркетинговых центров по взаимосвязи маркетинговой деятельности субъектов бизнеса и организационных структур в плане целевой социально востребованной коммуникационной политики на внутреннем и внешних рынках.

5. Повысить ответственность субъектов рыночной инфраструктуры регулирующих и контролирующих ценообразование на социально значимые товары (услуги) в соответствии с Указом президента №487 от 11 ноября 2003 г. «О перечне товаров (работ, услуг) цены (тарифы), надбавки (скидки) на которые регулируются Советом Министров РБ и другими республиканскими органами» (6).

В заключение хочу упредить возможные возражения по существу изложенных мною суждений и предлагаемых направлений по совершенствованию взаимосвязи деятельности субъектов бизнеса и организационных структур в том плане, что либерализацию предпринимательской деятельности в рыночной экономике многие предприниматели рассматривают с точки зрения полной свободы своего бизнеса. С точки зрения организации незапрещенных законом видов предпринимательской деятельности это так. Но государственное регулирование взаимосвязи интересов бизнеса и общества (государства) в целом объективно необходимо.

Список использованных источников

1. «Аргументы и факты» №13, 2009 г. Откуда цены.
2. «Советская Белорусь» 27 марта 2002 г. Выступление президента А. Г. Лукашенко на семинаре руководящих работников республиканских и местных государственных органов.
3. «Аргументы и факты» №1-2, 2006 г. Экономическое чудо на поток.
4. «Аргументы и факты» №49, 2008 г. Одежда и обувь: дорогой Китай.
5. «Аргументы и факты» №25, 2009 Г. Китай: взяточник платит за свою пулю.
6. «Советская Белорусь» 11 ноября 2003 г. Указ президента Республики Беларусь №487. Перечень товаров (работ, услуг), цены (тарифы), надбавки (скидки) на которые регулируются Советом министров Республики Беларусь ... и другими республиканскими органами.

УДК 330.342

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ИНСТИТУТА СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА В ТРАНЗИТИВНОЙ МОДЕЛИ ЭКОНОМИКИ

И.Ю. Семенчукова

УО «Витебский государственный технологический университет»

г. Витебск, Республика Беларусь

Важнейшей задачей транзитивной экономики является создание системы социальной защиты населения, направленной против «жульничества» и махинаций, произвола