

Литература

1. Регионы Республики Беларусь: социально-экономические показатели : стат. сб. : в 2 т. / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2019. – Т. 1. – 756с.
2. Регионы Республики Беларусь: социально-экономические показатели : стат. сб. : в 2 т. / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2019. – Т. 2. – 581с.
3. Об утверждении Программы развития промышленного комплекса Республики Беларусь на период до 2020 года : постановление Совета Министров Республики Беларусь, 5 июля 2012 г., № 622, в ред. 13 июня 2014 г., № 572 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь.
4. Полещук, И.И. Оценка логистического потенциала государства в условиях глобализирующейся экономики / И.И. Полещук, Т.Г. Зорина, П.А. Лаврентьев // Логистические системы и процессы в современных экономических условиях : материалы I Междунар. заочной науч.-практ. конф., Минск, 1–15 нояб. 2013 г. / Ин-т бизнеса и менеджмента технологий БГУ. – Минск, 2015. – С.18–28.
5. Полещук, И.И. Разработка методики оценки логистического потенциала региона / И.И. Полещук, Т.Г. Зорина, И.В. Кашникова // Труд. Профсоюзы. Общество. – 2015. – № 1. – С. 39–44.
6. Нагловский, С.Н. Экономика и надежность логистических контейнерных систем : моногр. / С.Н. Нагловский. – Ростов н/Д : РГЭА, 1996. – 139 с
7. Мишкова, М.П. Аспекты фрагментации производства в цепях поставок / М.П. Мишкова // Инновационное развитие экономики: тенденции и перспективы : мат. VIII межд. науч.-практ. конф., Пермь, 18 апр. 2019 г. – Пермь : Пермский нац. исслед. политехн. ун-т, 2019. – С. 248–256.
8. Мишкова, М.П. Цепочки добавленной стоимости в современной экономике/ М.П. Мишкова // Модернизация хозяйственного механизма сквозь призму экономических, правовых, социальных и инженерных подходов : сб. материалов XVмежд. научно-практич. конф., Минск, 21 ноября 2019 г / Белорусский нац. технич.универ. – Минск, 2019. – С. 415-416.

Т.Е. Наганова

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
Минск, Беларусь

The Department of Economics of The Belorussian
Government University of Radio technique and Radio Electronic,
Minsk, Belarus Republic

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

THE THEORETICAL ASPECTS OF THE STATE REGULATION COMPETITION'S ENVIRONMENT

Аннотация. В статье с привлечением теории социоценозов излагаются теоретические подходы, предъявляемые к образованию ценоза промышленных предприятий в государстве, а также пропорций между крупными, средними и малыми предприятиями, что позволяет сделать научный вывод о требуемом количестве структурных элементов ценоза.

Ключевые слова: антимонопольное законодательство, государственное регулирование, конкурентная среда, ценозы, техноценозы, социоценозы, закон Ципфа, Н-распределение, общность ценозов любой природы.

Summary. The Article Describes the Theoretical Method of Calculation Average Proportions between Small, Average & Large Enterprises in any Country with using Main Rules of Cenooses Formation.

Key words: Antitrust Law, State Regulation, Competitor's Environment, Cenooses, Technical Cenooses, Social Cenooses, Law of Cypf, H –allocation, The Common Law of Community of Nature of any Cenooses.

Одна из острейших проблем независимых государств постсоветского пространства формулируется как поиск путей легального, в рамках законодательства, реформирования промышленных предприятий – гигантов. С переходом к рыночной экономике, как правило, страны принимают антимонопольное законодательство.

Основное содержание материала статьи направлено на рассмотрение вопроса о том, что антимонопольное регулирование в Республике Беларусь направлено не против монополий, а против монополистической деятельности [1]. Комментарии к этому утверждению могут содержать следующие сведения. Экономическая модель белорусского государства политологи определяют как социально-ориентированную рыночную экономику инновационного типа. Не секрет, что строительство рыночной экономики находится в процессе, поэтому очень многие вопросы требуют взвешенных решений: нельзя слепо перенимать чужой опыт. Одним из таких вопросов можно считать установление пропорций между промышленными предприятиями крупного, среднего и малого бизнеса любой формы собственности, включенными в Государственный реестр предприятий.

На сайте Байнета по e-адресу [Электронный ресурс: www.zautra.by] по состоянию на октябрь 2017 г. размещена статья «Топ-200 самых многочисленных коллективов Беларуси». Согласно этой статье, в этот список вошли следующие предприятия: МТЗ (свыше 30 тыс. чел.), МАЗ (21,8), «Беларуськалий» (18,3), Гомсельмаш (17,3), Минскэнерго (14,3), БМЗ (свыше 1,3), Белшина (12,5), Белаз (12,5), Нафтан (12,2), Витебскэнерго (около 11), Гомельэнерго (около 9), Мавид (8,6), Могилевхимволокно (около 6,5), Гродноазот (7,2), ММЗ (около 7), Могилевэнерго (около 6,5), Белтрансгаз (около 6,5), Гродноэнерго (около 6,4), Интеграл (6,2), Брестэнерго (около 6).

Для анализа занятых на малых и средних предприятиях нашей страны воспользуемся статьей [2]. В статье дается классификация предприятий в стране по числу занятых и по сферам деятельности. Микроорганизации имеют численность до 15 человек. Малые организации – это зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью от 16 до 100 человек включительно. К субъектам среднего производства относятся зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие предприятия со средней численностью за календарный год от 101 до 250 человек включительно.

Малые и средние предприятия (МСП) в нашей стране представлены не только промышленными предприятиями, но и торговлей, общественным питанием, строительством, транспортом и связью, бытовыми услугами, консалтинговой деятельностью, образованием, компьютерными услугами, туризмом, рекламой, полиграфией, недвижимостью, др.

Так в торговле к МСП принадлежит 133 предприятия (30,9% от МСП), в промышленности 68 предприятий (15,8 % от МСП), в общественном питании 22 предприятия (5,1% от МСП), в строительстве 60 (13,9), в связи и транспорте 40 (9,3), в бытовом обслуживании 37 (6,3), в консалтинговых услугах 2 (0,5), в образовании 4 (0,9), в компьютерных услугах 14 (3,2), в туризме 18 (4,2), в рекламе 14 (3,2), в недвижимости 11 (2,6), в др. видах деятельности 11 (2,6).

Построим график, где по оси y – число занятых, тыс. чел., а по оси x – количество промышленных предприятий. Нетрудно определить, что полученная прямая от одного предприятия с диапазоном численности занятых от 6 до 30 тыс. чел. резко идет вниз, чтобы отразить на графике 68 предприятий МСП с условной численностью до 200 (250) чел. В промышленном производстве отсутствует средний бизнес.

Возможен анализ полученного графика с привлечением теории ценозов, а также с учетом реальной ситуации в Республике Беларусь, связанной с наличием крупных, средних и мелких промышленных предприятий.

В любом ценозе элитные группы играют решающую роль – именно их интересы в первую очередь удовлетворяются и оберегаются. Однако ценоз утратит устойчивость при отсутствии или заметном сокращении саранчовых групп. Ценозы любой природы имеют общие законы развития. Об этом говорят многие специалисты [3], [4], [5]. Экономика, предположительно, будет устойчиво развиваться, когда распределение хозяйствующих лиц по величине приблизится к кривой Н- распределения [6].

С развитием человеческого общества государство все больше и больше тратит усилий на свой саранчовый хвост. Не потому что побеждают идеи социальной справедливости, а

потому, что опыт существования социоценозов заставляет элитные группы уступать свои права и привилегии для сохранения ценоза [7].

В качестве выводов для перспектив дальнейших исследований возможно констатировать, что крупнейшие промышленные предприятия Республики Беларусь обеспечивают занятость населения, дают солидную долю налогов в государственный бюджет. Преобразования в отраслях промышленного производства возможны только путем постепенного реформирования.

Это хорошо понимают в Республике Беларусь, где постоянно принимаются законодательные акты по либерализации бизнеса. Из теории нам известно, что свободная конкуренция обеспечивает самоорганизацию ценоза [5], но вполне возможно потерять контроль государства над процессами образования мощного малого и среднего бизнеса. А это ведет к росту экономических преступлений. Это с одной стороны. С другой стороны, предпринимательский ресурс как фактор производства очень мало задействован. Выход один – взвешенная экономическая политика в отношении формирования малого и среднего бизнеса. Ключевое слово здесь «формирование».

Проблемы есть и проблемы решаются. Возможно, фактор времени является исключительно важным в вопросе формирования малого и среднего бизнеса. Но мы работаем, в чем могут убедиться все граждане Республики Беларусь и наши зарубежные партнеры по бизнесу.

Литература

1. Сидорчук, В.К. Хозяйственное право: учебное пособие / В.К. Сидорчук. – Мн.: РИПО, 2015.
2. Скриба, А. Белорусский малый и средний бизнес / А. Скриба [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.research.by.
3. Кудрин, Б.И. Введение в технетику / Б.И. Кудрин. – Томск, 1990.
4. Половинкин, А.И. Техноэволюция и техноценозы. Обзор работ проф. Б.И. Кудрина / А.И. Половинкин. – Волгоград: Бюллетень «Техническое творчество» Всесоюзной ассоциации технического творчества «Эвристика».
5. Наганов, А.В. Теория общества, государства и права / А.В. Наганов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.naganova.3dn.ru ЭКОЦЕНОЗ.
6. Naganova, T. A judgment about proportions between enterprises of any form of property in state / T. Naganova // SMT («The scientific method». – No 11 (11). – 2017. – Warszawa. Poland. – P.69.

Н.Г. Надина, Е.В. Зацепина

Брестский государственный технический университет
г. Брест, Республика Беларусь

N.G. Nadeina, E.V. Zatsepina

Brest State Technical University Brest,
Republic of Belarus

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ И РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА

COMPETITIVENESS AND DEVELOPMENT OF ENVIRONMENTAL MARKETING

Аннотация. В статье рассмотрены актуальные проблемы развития конкурентоспособности на всех уровнях экономической системы и основные тенденции развития экологического маркетинга. Определены взаимосвязи конкурентных позиций и развития сферы потребления, качества окружающей среды, динамики ресурсного потенциала, материального благосостояния. Сделаны выводы о значимости экологических аспектов в маркетинговой деятельности.