

номически активного населения). Из всех экономически активных женщин 97,3 % относятся к занятому населению и 2,7 % — к безработным. Причем по сравнению с предыдущим годом численность занятых женщин снизилась на 0,4 %, а численность безработных женщин соответственно возросла на 2 %.

Следует отметить усиление за последние годы процессов горизонтальной сегрегации в сфере труда как сосредоточение женщин в определенных профессиях и сферах деятельности при их относительной исключенности из других трудовых областей. Причем “женские” профессии выступают не слишком привлекательными, малоквалифицированными, хуже вознаграждаемыми.

Так, работающие женщины традиционно сконцентрированы в ряде отраслей. На конец 2002 г. их доля составила в промышленности 53,2 % общей численности работающих в отрасли, в сельском хозяйстве — 38,7, в строительстве — 23,9, на транспорте — 28,2 %. К числу наиболее “женских” относятся: здравоохранение, физическая культура и социальное обеспечение — 81,7 %, образование — 79,0, финансы, кредит и страхование — 74,3, культура и искусство — 71,2 %. При этом в тех отраслях, где женщины имеют наибольший удельный вес среди занятых, их доля в числе руководителей и главных специалистов значительно меньше доли мужчин.

Отраслевая и профессиональная дифференциация между мужчинами и женщинами оказывает значительное влияние на разницу в уровне заработной платы. Общемировые тенденции свидетельствуют о том, что женщины концентрируются в менее доходных отраслях. Как правило, высокий уровень оплаты труда в отрасли приводит к увеличению в ней занятости мужчин и соответственно — вытеснению женщин в отрасли с относительно низкой оплатой труда. Усиливающаяся концентрация женщин в бюджетных низкооплачиваемых отраслях здравоохранения и образования способствует увеличению разрыва в зарплате между женщинами и мужчинами. Причем уровень оплаты труда в отраслях, где сконцентрированы женщины, ниже среднего. Исключение составляет лишь финансы, кредит и страхование.

*Т.П. Тихоненко, канд. экон. наук*

БГЭУ (Минск)

## **СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И РЕПУТАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИИ**

В определенных секторах экономики формирование положительной репутации организации является одним из главных усло-

вий ее выживания. Формирование имиджа организации является одной из основных функциональных задач рекламы и PR, и в этой связи достаточно часто рассматривается как элемент брендинга. В то же время управление имиджем может быть связано с коммуникационным процессом в кризисных ситуациях (крупные аварии, несчастные случаи, экономические кризисы, должностные преступления сотрудников) и то, как организация реагирует на кризис, становится частью ее репутации.

К проблемным сферам экономики традиционно относят врачебную или юридическую практику, финансовые услуги, благотворительность и др. Такие организации могут быть особенно уязвимыми в этических конфликтах. Как правило, значимость формирования положительной репутации тем больше, чем выше ответственность организации перед своими клиентами, инвесторами, работниками.

Репутация организации обычно оценивается по трем направлениям: поведение на рынке, социальная и финансовая ответственность. Ответственность перед обществом часто подразумевает исключение из своей практики тех приемов, которые считаются неэтичными. В то же время организации, использующие такие приемы, в определенных ситуациях могут получить конкурентные преимущества. В некоторых отраслях для разрешения подобных проблем организации прибегают к такой форме институциональных соглашений, как саморегулирование.

К саморегулированию относят различные формы неценового регулирования рынков (отраслей), при которых участники рынка заключают контракты, предусматривающие выполнение ограничений на их деятельность, или накладывают на себя подобные ограничения в добровольном порядке. Саморегулирование и государственное регулирование имеют сходные составляющие: выработка требований; надзор и контроль за их выполнением; санкции за невыполнение.

Европейскими экспертами отмечается, что существуют три основных сценария, при которых возникает саморегулирование:

1. Государство передает власть органу, контролируемому членами группы, которая является объектом управления (делегированное саморегулирование).

2. Представители ряда предприятий добровольно берут на себя обязательства поступать согласно установленному порядку (добровольное саморегулирование). Указанные обязательства выходят за рамки правовых требований.

3. Смешанный вид саморегулирования характерен для тех стран, где государство четко обозначило в законодательном порядке, что соблюдение норм саморегулирования эквивалентно соблюдению закона.

В Республике Беларусь элементы саморегулирования существуют на рынке недвижимости, рынке услуг адвокатов и рекламном (табачная реклама). Результаты мониторинга ситуации на данных рынках свидетельствуют о потенциальной опасности использования полномочий для создания ненужных барьеров для выхода на рынок конкурентов.

Идея саморегулирования может быть реализована и на некоторых других рынках при выполнении следующих условий:

1) концепцию саморегулирования разделяют большинство влиятельных субъектов рынка;

2) для отрасли действительно важно поддерживать хорошую репутацию, а невысокий уровень общественной оценки организации напрямую сказывается на ее финансовом положении;

3) девиантное поведение имеет ограниченное распространение.

*О.Н. Токарева, Ю.А. Каморник, студенты*

*БГЭУ (Минск)*

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МНОГОФАКТОРНЫХ ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ ДЛЯ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ИНФЛЯЦИИ В БЕЛАРУСИ**

Инфляция является важнейшим индикатором экономического развития любого государства. Особенно актуальна эта проблема для стран с переходной экономикой. Не является исключением в этом отношении и Республика Беларусь. Более того, несмотря на близкие со странами Балтии и СНГ исходные условия, в последние годы Беларусь является лидером по индексу потребительских цен среди стран СНГ. Следует также отметить, что инфляционные процессы в Республике Беларусь протекают крайне неравномерно: периоды относительной стабилизации чередуются с резкими всплесками инфляционной нестабильности.

В этих условиях большое значение приобретают разработка и апробация адекватных подходов и методов анализа и прогнозирования инфляции. Особенно важно правильно определить уровень инфляции при годовом прогнозировании социально-экономического развития, поскольку уровень инфляции должен учитываться при прогнозировании макроэкономических показателей (ВВП и др.), издержек, а также при разработке бизнес-планов для оценки эффективности инвестиций и расчета других показателей.

Для прогнозирования такого сложного макроэкономического показателя, как инфляция, не существует специального универ-