

печивая преимущества товаропроизводителю над существующими и потенциальными конкурентами. Решения по сегментации и позиционированию являются стратегическими решениями, которые влияют не только на товарную политику фирмы, но также и на другие элементы маркетинговой стратегии.

Маркетинг как наука, исследуя динамику развития товарных рынков, изучая закономерности их развития, вольно или невольно затрагивает проблему правового обеспечения сделки, предоставляя потребителю некоторую свободу выбора, формирует в сознании возможности конституционной защиты его собственных прав.

Достижение запланированных доли рынка, объема продаж, качества конкурентных преимуществ является целью маркетингового управления, которая формулируется на основе исследования конкурентной среды, предопределяя согласованность ресурсов, возможностей и окружения.

При разработке стратегии позиционно-деятельного поведения фирмы сегментация и позиционирование как технологии маркетингового управления должны учитывать уровень такой согласованности и быть направленными на обеспечение эффективной сделки, воздействуя на потребителя всеми доступными инструментами маркетинга, а также через параметры внешней среды.

Это и есть маркетинг в его лучшем смысле — философии бизнеса.

Л и т е р а т у р а

1. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество: пер. с англ. / Д. Белл. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Academia, 2004. — 457 с.
2. Некипелов, А.Д. Становление и функционирование экономических институтов / А.Д. Некипелов. — М.: Экономист, 2006. — 328 с.
3. Тарушкин, А.Б. Институциональная экономика / А.Б. Тарушкин. — СПб.: Питер, 2004. — 368 с.

Статья поступила в редакцию 03.01.2013 г.

Н.М. Ильин

кандидат экономических наук, профессор

Р.М. Карсеко

кандидат экономических наук, профессор

БГЭУ (Минск)

ПОТРЕБНОСТИ И ПРОИЗВОДСТВО ТОВАРОВ

В статье рассматриваются потребности и их взаимосвязи с производством товаров в республике. Анализируются особенности развития производства товаров легкой и пищевой промышленности, культурно-бытового и хозяйственного назначения, характер удовлетворения потребностей населения в них. Излагаются некоторые направления развития производства и потребления товаров.

In article requirements and their interrelations with production of goods in the republic are considered. Features of development of production of goods of the light and food industry, cultural and community and economic appointment, nature of satisfaction of requirements of the population in them are analyzed. Some directions of development of production and consumption of goods are stated.

Выпуску товаров совершенного ассортимента и высокого качества, соответствующих возрастающим потребностям населения, придается первостепенное значение во всех странах мира. Разработка мер по удовлетворению потребностей населения рассматривается не только социально-экономической, но и политической функцией государства. Она рассматривается как основная проблема национальной экономики, от которой зависят темпы развития страны, ее национальный престиж. В зависимости от характера удовлетворения запросов населения в предметах потребления определяется физическое и духовное состояние людей, организация их труда, быта, отдыха, досуга, их уровень жизни и общая жизнедеятельность, и, по сути, отражаются достижения общества в реализации его главной цели. Низкий уровень удовлетворения потребностей приводит к замедлению развития самого человека, снижению результативности его деятельности в общественном воспроизводстве.

Сложившиеся в обществе потребности определяются социально-экономическими условиями жизни. Наиболее общий механизм формирования и развития потребностей проявляется в диалектической взаимосвязи с производством. Потребности и производство, находясь в постоянном диалектическом противоречии, обуславливают развитие друг друга. Равенство между ними принципиально невозможно. При этом следует подчеркнуть особую значимость в этом противоречии производства. Только, с одной стороны, вновь созданные изделия вызывают изменения в условиях жизни и новые потребности, поэтому механизм развития потребностей предопределяется прогрессом общественного производства. Хотя, с другой стороны, новые товары никогда не появляются раньше представлений о них.

Подчеркивая определяющую роль производственной деятельности в формировании и развитии потребностей человека, следует отметить фундаментальное значение потребностей в развитии производства. В основе всей деятельности человека лежит удовлетворение его потребностей. Стремление к удовлетворению потребностей выступает как движущий мотив человеческого действия. Удовлетворяемые и развиваемые посредством производства, как и вновь формируемые в процессе труда потребности людей опять ведут к деятельности, призванной их удовлетворить. Производство и потребление как бы отшлифовывают друг друга. Производство представляет потреблению все более разнообразные и совершенные предметы, соответственно повышается уровень культуры потребления, возвышаются потребности и они стимулируют рост и прогресс производства.

Потребности людей в товарах очень многогранны и разнообразны, они образуют сложную систему и по природе происхождения подразделяются на биогенные и социогенные. Биогенные потребности обусловлены требованиями обеспечения жизнедеятельности и генетически заложены природой человека. Характеризуясь устойчивостью, настоятельностью проявления и удовлетворения, они вместе с тем постоянно развиваются под воздействием прогресса общественного производства, изменениями самого человека и социальных отношений.

Социогенные потребности рождаются и проявляются в процессах становления и проявления личности человека как общественного существа. Биогенные и социогенные потребности характеризуются сложной взаимосвязью. Так, потребности в пище людьми могут удовлетворяться по-разному в зависимости от уровня развития общества, сложившихся социальных различий, традиций, выпускаемых продуктов питания, потребительских предпочтений. Потребности также классифицируются по ряду других признаков, характеризующих их проявление в зависимости от назначения, количественной определенности, настоятельности, обеспеченности денежным эквивалентом, степени удовлетворения и др.

На формирование общественных потребностей оказывают влияние все стадии общественного воспроизводства: производство, распределение, обмен, потребление. Посредством распределения устанавливаются величина общественных потребностей и их структура, а соответственно, и доля совокупного общественного труда на удовлетворение этих потребностей. Обмен распределяет общественную продукцию между отдельными членами общества согласно их потребностям и спросу, обеспеченному наличием денежных средств. Потребление, осуществляя оценку тех человеческих достижений, которые проявляются в созданных товарах, отбирает наиболее эффективные виды изделий и тем самым стимулирует прогрессивное развитие производства и более высокий уровень удовлетворения потребностей. Оно диктует социальный заказ производству, предопределяет объем и структуру производимого продукта.

Человек, являясь производителем и потребителем материальных благ, выступает центральным звеном процесса общественного воспроизводства. Он в этом процессе постоянно совершенствуется, ибо повышается уровень потребления, возвышаются его потребности и способности давать идеальные образы все более совершенных предметов потребления, требующих воплощения в производстве.

Качественные и количественные изменения в производстве выступают как объективное условие развития ассортимента предметов потребления. Созданный ассортимент предметов потребления является важнейшей составляющей конечного продукта общественного производства и уровня жизни населения.

С развитием научно-технического прогресса материальное производство становится технологическим воплощением науки, реализацией знаний. Это ускоряет весь цикл развития, ибо новые средства труда и технологии являются не просто продуктом производства, а источником свежих созидательных идей. Реально происходит двуединый процесс: с одной стороны, постоянно растет масса и разнообразие товаров, а с другой — люди не только реализуют свой потенциал, но и развивают свои чувства, мышление, сущностные возможности. Одновременно с удовлетворением основных потребностей формируются более сложные, утонченные потребности. Сегодня поколение товаров сменяется быстрее поколения людей, изменчивость проявляет себя через небывалое многообразие средств и условий жизни. Этому во многом способствует развитие мирохозяйственных отношений и использование новейших средств информации. Достижения мирового материального производства объективно формируют новые потребности и постоянное освоение новых товаров. При этом потребности и спрос на товары становятся значительно разнообразнее и дифференцированнее, что существенно повышает требования к ассортименту и качеству товаров.

Республика Беларусь вступила на путь самостоятельного развития с относительно высоким уровнем промышленного потенциала. Однако сложившийся в республике промышленный потенциал во многом был сформирован с общесоюзными интересами и не отличался высокой сбалансированностью с местными ресурсами и внутриреспубликанским потреблением. Значительная часть промышленных предприятий была специализирована на выпуск материалоемких, металлоемких и энергоемких видов продукции. При этом республика одновременно отличалась и относительно высоким уровнем развития производства предметов потребления. Промышленность и сельское хозяйство обеспечивали не только удовлетворение потребностей населения по большинству товаров, но и значительную поставку в другие республики с существенным превышением их вывоза над ввозом.

Начиная с 1991 г. произошли существенные изменения в производстве потребительских товаров (см. таблицу).

Производство потребительских товаров в Республике Беларусь, %

| Показатель | 1990 г. | 1995 г. | 2000 г. | 2005 г. | 2010 г. |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|
| Удельный вес потребительских товаров в общем объеме промышленной продукции | 54,8 | 33,9 | 40,0 | 25,8 | 25,0 |
| Удельный вес в производстве потребительских товаров: | | | | | |
| непродовольственных | 65,2 | 50,8 | 47,6 | 43,7 | 39,5 |
| продовольственных | 34,8 | 49,2 | 52,4 | 56,3 | 60,5 |
| Удельный вес продукции в общем объеме продукции промышленности: | | | | | |
| легкая промышленность | 17,2 | 8,0 | 8,4 | 4,7 | 3,9 |
| пищевая промышленность | 14,9 | 17,0 | 17,3 | 15,9 | 17,9 |
| товаров культурно-бытового назначения | 22,7 | 8,9 | 14,3 | 5,2 | 3,2 |
| Коэффициент ввода новых основных промышленно-производственных средств: | | | | | |
| легкая промышленность | 8,7 | 2,9 | 3,1 | 2,2 | 7,0 |
| пищевая промышленность | 7,8 | 6,3 | 6,5 | 8,3 | 10,5 |

По данным таблицы, производство потребительских товаров существенно снизилось в общем объеме промышленной продукции. В предметах потребления можно выделить три комплекса: продукты питания, предметы одежды, товары хозяйственного и культурно-бытового назначения. Одновременно произошло снижение в производстве предметов потребления доли непродовольственных товаров с 65,2 до 39,5 %, при этом объем производства легкой промышленности снизился в 4,4 раза. Выпуск основных видов продукции в 2010 г. по отношению к 1990 г. составил: хлопчатобумажных тканей — 37,9 %; шерстяных тканей — 8,7; льняных тканей — 25,5; шелковых тканей — 29; трикотажных товаров — 37,9; изделий верхней швейной одежды — 52,6; обуви — 28; ковров — 48,3 %.

Аналогичные изменения произошли и в производстве товаров культурно-бытового и хозяйственного назначения, удельный вес которых в общем объеме потребительских товаров с 1990 по 2010 г. сократился в 7,1 раза.

Производство многих товаров культурно-бытового и хозяйственного назначения и хозяйственного обихода не отличается стабильностью выпуска изделий. Их производство по удельному весу в производстве потребительских товаров сократилось с 22,7 % в 1990 г. до 3,2 % в 2010 г. или в 7,1 раза. Исключение составляет производство электрохолодильников, морозильников, стиральных машин. Так, выпуск холодильников и морозильников увеличился с 728 тыс. шт. в 1990 г. до 1106 тыс. шт. в 2010 г. Почти прекратился выпуск часов, фотоаппаратов, радиоприемных устройств, мотоциклов и ряда других товаров. Существенно снизился выпуск велосипедов, телевизоров и игрушек.

Выросло производство продовольственных товаров. При существенном падении производства большинства товаров в начале 1990-х гг. затем постепенно происходит рост производства важнейших продуктов питания. В целом удельный вес пищевой промышленности в общем объеме промышленной продукции возрос с 14,9 % в 1990 г. до 17,9 % в 2010 г.

Производство отдельных видов товаров пищевой промышленности характеризуется значительным увеличением выпуска продукции. Так, производство колбасных изделий в 2010 г. увеличилось по сравнению с 1990 г. на 146,2 %, сыров жирных — на 225, сахара-песка — на 235, пищевой рыбной продукции — на 164,6 %. Вместе с тем производ-

ство мяса в 2010 г. составило по сравнению с 1990 г. 80,4 %, цельномолочной продукции — 84,1, масла животного — 73, кондитерских изделий — 83,7 %.

Отсутствие прогресса в производстве большинства потребительских товаров в первую очередь определяется низким техническим уровнем их производства. Физически и морально устаревшие основные фонды и технологии, низкие темпы их обновления являются основным тормозом современного развития производства.

Если в относительно застойные годы обновление основных промышленных средств в легкой промышленности было низким и составляло в 1990 г. 8,7 %, то в 2000 г. оно равно 3,1 %, в 2005 г. — 2,2 %. И только в 2010 г. оно стало несколько расти и составило 7 %, хотя такой темп явно не соответствует сегодняшним требованиям технического перевооружения производства. Устаревшее оборудование в легкой промышленности, износ которого на 2010 г. составлял 69,7 %, не дал возможности обеспечить увеличение выпуска продукции, отвечавшей возрастающим требованиям потребителей.

Следствием устаревшей материальной базы выступает низкая производительность труда, несовершенный ассортимент, невысокий уровень качества, что в итоге сказывается на объемах выпуска и конкурентности производимых товаров. Это отражается на возможностях реализации продукции как на внутреннем, так и на внешнем рынках, использовании производственных мощностей.

Отсутствие существенных прогрессивных изменений в ассортименте и качестве выпускаемых изделий при постоянно возрастающей конкуренции на рынке ведет к снижению экспорта и увеличению импорта товаров. Импорт потребительских товаров стал превышать их экспорт.

В структуре экспорта потребительских товаров все большую долю занимают продукты питания. Так, за 2000—2010 гг. экспорт продовольственных товаров увеличился с 503,3 млн дол. США до 3 млрд 183 млн дол. США. Соответственно удельный вес в экспорте предметов потребления в 2010 г. продукты питания составили 58,9 %, или 12,6 % объема экспорта продукции республики. По непродовольственным товарам импорт превышает их экспорт. В 2010 г. по импорту было поставлено 8,2 млн пар обуви на 196,7 млн дол. США, 80,9 млн м² тканей на 82,7 млн дол. США и др. В соответствии с ростом импорта потребительских товаров в розничной торговле снижается продажа товаров отечественного производства. Так, если в 2000 г. реализация товаров отечественного производства составляла 83,9 %, то в 2005 г. — 78,3, в 2010 г. — 74,1 %. По непродовольственным товарам удельный вес их продажи составил соответственно в 2000 г. 77,5 %, 2005 г. — 67,3, 2010 г. — 62,2 %.

Ассортимент товаров и его структура, не в полной мере соответствующие потребностям и спросу, сказываются на товарооборачиваемости и величине товарных запасов. Так, товарные запасы в торговле в 2010 г. составили 45 дней товарооборота и возросли по сравнению с 1990 г. на 11 дней. По продовольственным товарам за этот период они возросли с 16 дней торговли до 24, по непродовольственным товарам — с 48 до 72 дней соответственно.

Рассматривая производство предметов потребления, следует отметить, что обеспечение ассортимента и качества товаров, соответствующих высокому уровню удовлетворения потребностей и спроса населения, является главным условием сбалансирования производства и потребления. Изучение потребностей и спроса, начиная с общегосударственного уровня с учетом норм рационального потребления продуктов питания, одежды и обуви, нормативов обеспеченности населения предметами длительного пользования и домашнего обихода, сведений о численности населения и его структуры, денежных доходах и расходах, является основой организации производства потребительских товаров. Задача состоит в динамичном поддержании соответствия между объемом и структурой производства, с одной стороны, и объемом и структурой потребностей и

спросом — с другой. Каждая страна при развитии производства руководствуется особенностями сложившихся экономических возможностей с учетом совокупностей природно-ресурсного, демографического и трудового, научного и инновационного, производственного, экологического потенциала. Их уровень, взаимосвязь и использование определяют характер достижений в прогрессивном развитии общества. В развитии производства страны могут извлечь выгоды, концентрируя свои ресурсы в тех областях, где их сравнительные преимущества выше. Важно, чтобы при сложившемся количественном уровне производственных факторов достигалась максимальная выгода, а в организации производства был реализован принцип изготовления необходимого количества изделий при использовании минимального количества ресурсов. Необходимо, чтобы достижение баланса потребностей и производства осуществлялась с учетом самых разнообразных факторов, таких как социальные гарантии определенным группам населения, ориентация на использование местных природных и трудовых ресурсов, стимулирование развития определенных прогрессивных производств.

С развитием производства и общества в целом меняются представления об удовлетворении потребностей. Переход к более высокому уровню потребления не может произойти иначе как через обогащение его предметного содержания. Под влиянием развития информационных сетей, импорта товаров возрастают требования населения к ассортименту и качеству товаров, которым действующие мощности не отвечают. Только техническое перевооружение предприятий может обеспечить увеличение производства новых, совершенных, конкурентоспособных изделий, при повышении производительности труда и обеспечении широкого разнообразного ассортимента товаров, отражающих прогресс научно-технического развития. В числе направлений развития производства, как показывает опыт, целесообразным может оказаться организация совместных предприятий. Опыт таких предприятий, как Белвест, Милавица, свидетельствует об эффективности данного направления. Важным представляется более эффективное использование местных ресурсов: льнопродукции, кожевенных материалов, древесины и др. Экспорт 2,5 млн м³ необработанной древесины и 422,6 тыс. м³ лесоматериалов продольно распиленных в 2011 г. представляется вряд ли оправданным.

Нужно отметить, что в республике предпринимаются определенные усилия в развитии производства потребительских товаров.

Разработанная комплексная программа развития легкой промышленности Республики Беларусь на 2011—2015 годы с перспективой до 2020 года предусматривает проведение технологической модернизации предприятий и обеспечение на основе стабильного инновационного развития отрасли увеличение объема производства продукции легкой промышленности в 1,5 раза. Предусматривается также поэтапное расширение интеграции республики в мировое производство товаров легкой промышленности и увеличение экспорта товаров в 2,2 раза. Программой развития молочной отрасли Республики Беларусь предусмотрено увеличение валового производства молока в 2015 г. с 5—6 млн до 10 млн т. Важно, чтобы выполнение этой программы не повторяло недостатков программы по лесобработывающей промышленности. Выполнение указанных программ позволит существенно насытить рынок товарами, что будет способствовать более высокому уровню удовлетворения потребностей населения.

Вместе с тем сегодня в республике отсутствует комплексный и научно обоснованный подход в решении проблем производства и потребления потребительских товаров. Многие решения по производству, организации рынка и потреблению носят локальный характер, ограниченный отраслевыми и региональными проблемами. Нужна серьезная и целенаправленная работа органов управления, науки, производителей в выработке стратегии экономического развития, позволяющей организовать производство товаров для максимального удовлетворения потребностей населения.

Литература

1. Статистический ежегодник Республики Беларусь / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2011.
2. Внешняя торговля Республики Беларусь: стат. сб. — Минск, 2011.
3. Розничная и оптовая торговля Республики Беларусь: стат. сб. — Минск, 2011.

Статья поступила в редакцию 18.12.2012 г.

Е.Ф. Куреева

доктор экономических наук, профессор
БГЭУ (Минск)

МЕЖДУНАРОДНАЯ НАЛОГОВАЯ КОНКУРЕНЦИЯ — ЯВЛЕНИЕ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

В статье рассматриваются проблемы формирования нового явления в современном мире — международной налоговой конкуренции. Выделены объективные и субъективные преимущества конкурентоспособности национальных налоговых систем. Предложена оценка конкурентоспособности национальной исходя следующих параметров: уровень налогообложения экономики в целом и ее отдельных хозяйствующих субъектов; уровень трудовых затрат (налоговых издержек) на ведение бизнеса; уровень государственного налогового администрирования.

In article problems of formation of the new phenomenon in the modern world — the international tax competition are considered. Objective and subjective advantages of competitiveness of national tax systems are allocated. The estimation of competitiveness national is offered proceeding following parametres: level of the taxation of economy in whole and its separate managing subjects; level of expenditures of labour (tax costs) on business dealing; level of the state tax administration.

Теория и практика функционирования интеграционных образований сделала однозначный вывод — неравенство условий хозяйствования является существенным препятствием в создании единого экономического пространства и приносит государству, имеющему менее конкурентоспособную продукцию, серьезные проблемы, связанные как с недополучением доходов в бюджет, так и оттоком инвестиций. В данной ситуации применение налоговой конкуренции является одним из способов выровнять эти условия и «перетянуть» на себя капиталы. И хотя идея налоговой конкуренции противоречит по сути идее единого экономического пространства, она существует как в практике (длительный пример функционирования Евросоюза), так и в теории.

Государства, не имеющие конкурентных преимуществ в сфере сырьевых ресурсов, пытаются их достичь путем снижения транзакционных издержек другими методами, например льготным налогообложением и привлекательными условиями для бизнеса. В последние годы вопросы соперничества в налоговой сфере активно исследуются учеными-экономистами как с точки зрения сущности этого явления «налоговая конкуренция», так и исходя из подхода влияния налогообложения на международные финансовые и торговые потоки. В то же время в отечественной экономической литературе вопросы налоговой конкуренции остаются недостаточно исследованными. Особенно актуальным представляется рассмотрение конкурентоспособности национальной налоговой системы в современных условиях и ее оценка.