

Рэспубліканскае грамадскае аб'яднанне  
ТАВАРЫСТВА БЕЛАРУСКАЙ ШКОЛЫ

---

Навукова-творчы калектыў  
«Беларуская школа – XXI стагоддзе»

# АСНОВЫ ПРАДПРЫМАЛЬНАСЦІ І ПРАДПРЫМАЛЬНІЦКАЙ ДЗЕЙНАСЦІ

*Дапаможнік для вучняў  
гуманітарнага ліцэя*

Мінск  
2020

УДК 37.01  
ББК 74.26  
Л64

Складальнік:  
Лявон Баршчэўскі,  
кандыдат філалагічных навук

*(Па матэрыялах адкрытага доступу ў інтэрнэце)*

© Рэспубліканскае грамадскае аб'яднанне  
«Таварыства беларускай школы», 2020.

## УВОДЗІНЫ

### *Што такое прадпрымальнасць?*

Прадпрымальнасць – рыса характару, або сукупнасць рысаў у групе людзей, і паводзіны, характэрныя ў першую чаргу для паспяховых прадпрымальнікаў.

У эканамічнай тэорыі прадпрымальнасць вызначаецца як канкрэтная форма працы, або як чацвёрты (побач з працай, зямлёй і капіталам) чыннік вытворчасці. Да асноўных асаблівасцяў прадпрымальных асоб можна аднесці здольнасць бачыць патрэбы і ўдасканалваць ідэі, уменне выкарыстоўваць магчымасці, якія ўзнікаюць, і гатоўнасць да рызыкі.

Адносна прадпрымальнасці можна весці гаворку ў двух аспектах:

а) як аб працэсе: акт тварэння і стварэння чагосьці новага, новага прадпрыемства. Прадпрымальніцтва – гэта арганізаваны працэс дзейнасці, арыентаваны ў зададзеных умовах на выкарыстанне інавацыйнай ідэі з мэтай атрымання выгады на рынку. У працэсе стварэння вылучаюцца:

- ▶ творчасць і інавацыі;
- ▶ уменне выкарыстоўваць ідэі, магчымасці;
- ▶ рызыка (нявызначанасць вынікаў).

б) як аб сукупнасці функцый: апісанне пэўнага характару паводзінаў чалавека. Прадпрымальнасць характарызуюць:

- ▶ дынамізм, актыўнасць;
- ▶ схільнасць да рызыкі;
- ▶ магчымасць адаптацыі да зменлівых умоў;
- ▶ разуменне магчымасцяў і іх выкарыстанне;
- ▶ інавацыйнасць і маторнасць.

Характэрныя рысы прадпрымальнай асобы, у першую чаргу, гэта:

▶ экспансіўнасць – імкненне адпавядаць найлепшым і самым моцным, вызначэнне для сябе амбіцыйных мэтаў дзеля дасягнення большай выгады;

▶ інавацыйнае мысленне – укараненне і пастаянны пошук творчых удасканаленняў.

Усе гэтыя якасці чалавечай асобы могуць быць па-сапраўд-наму рэалізаваныя толькі ў вольнай рынковай эканоміцы.

## I. РЫНАК І АСНОВЫ РЫНКАВАЙ ЭКАНОМІКІ

### I.1. Рынкавыя механізмы

Гаспадарчая дзейнасць можа ажыццяўляцца ў розных эканамічных (народна-гаспадарчых) сістэмах.

*Эканамічная сістэма – гэта сукупнасць інстытуцый і механізмаў, якія каардынуюць і кантралююць прадпрымальніцтва і эканамічную дзейнасць у пэўнай краіне або супольнасці краін.*

Сярод эканамічных сістэм адрозніваюць:

- ▶ камандна-размеркавальную сістэму кіравання,
- ▶ сістэму рынковай эканомікі.

Камандна-размеркавальная сістэма эканомікі – так называецца *цэнтралізавана-планавая, сацыялістычная, ці камуністычная, эканоміка*, якая характарызуецца:

▶ дзяржаўнай (сацыялізаванай) уласнасцю на сродкі вытворчасці і цэнтральным вызначэннем эканамічных мэтаў.

Дзяржаўная ўласнасць на сродкі вытворчасці, нягледзячы

на тое, што яны знаходзяцца ў распараджэнні многіх прадпрыемстваў, дазваляе дзяржаве кіраваць усёй гаспадарчай дзейнасцю, прымаць цэнтралізаваныя рашэнні адносна памераў вытворчасці і спажывання. Асноўным метадам кіравання ўсёй эканомікай з'яўляецца распрацоўка цэнтральных шматгадовых і гадавых планаў, якія вызначаюць задачы для ўсіх суб'ектаў гаспадарання, што ўдзельнічаюць у эканамічнай дзейнасці.

Уся эканоміка падпарадкавана дырэктывам, якія вынікаюць з цэнтральных планаў. Гэтая сістэма не вельмі эфектыўная, выклікае эканамічную стагнацыю і адсталасць з прычыны забюракратызаванасці планаў і ігнаравання эканамічнага разліку пры прыняцці шмат якіх рашэнняў.

Сістэма рынкавай эканомікі інакш называецца *сістэмай капіталістычнай эканомікі*, якая характарызуецца:

- ▶ прыватнай (недзяржаўнай) уласнасцю на сродкі вытворчасці і імкненнем многіх суб'ектаў гаспадарання максімізаваць свае эфекты (прыбытак, даход).

Прыватная ўласнасць на сродкі вытворчасці забяспечвае канкурэнцыю паміж многімі ўдзельнікамі рынку, што матывуе рацыяналізаваць і паляпшаць дзелавую актыўнасць, а яе рэгулятарамі з'яўляюцца рынкавыя механізмы. Такая эканоміка спрыяе эфектыўнаму і эканамічнаму выкарыстанню эканамічных рэсурсаў і хуткаму эканамічнаму росту. Вялікая ініцыятыва прыватных арганізацый не патрабуе непасрэднага ўдзелу дзяржавы ў кіраванні эканомікай. Яе роля абмяжоўваецца абаронай прыватнай і спажывецкай уласнасці і стварэннем праўнай сістэмы, якая забяспечвае функцыянаванне рынку, а таксама падтрымкай прадпрымальніцкай дзейнасці грамадства.

У Польшчы да 1989 г. існавала камандна-адміністрацыйная сістэма размеркавання ў эканоміцы. Аднак у канцы 1988 г. Сейм Польскай Народнай Рэспублікі прыняў Закон аб прадпрымальніцкай дзейнасці, які падрыхтаваў эканоміку да рын-

кавых рэформаў, а таксама Закон аб банкаўскай справе і Закон аб Нацыянальным банку Польшчы, які стварыў магчымасць прыватызацыі дзяржаўных банкаў і стварэння новых прыватных банкаў. Пачынаючы з 1990 г., у Польшчы пачаўся працэс пабудовы рынкавай эканомікі (план Лешака Бальцаровіча).

План Бальцаровіча палягаў у *прыняцці дзесяці законаў*, якія рэфармавалі дзяржаўныя фінансы і ў выніку прывялі да аднаўлення балансу бюджэту, укаранілі рынкавыя механізмы і змянілі структуру ўласнасці эканомікі:

- ▶ цэны былі вызвалены з-пад дзяржаўнага кантролю, што прывяло да іх рэзкага росту. У той жа час, быў усталяваны іх узровень, які забяспечыў баланс рынку паміж колькасцю пакупнікоў, якія жадаюць набыць тавар, і іх колькасцю (чэргі па тавары зніклі);

- ▶ памер заробтнай платы працаўнікоў зменшыўся за кошт увядзення карнага падатку (названы *ropiwiki* – назва паходзіць ад абрэвіятуры PPWW, гэта значыць падатак на завышаныя заробкі) ад занадта хуткага павышэння заробтнай платы (ціск працаўнікоў дзеля падвышэння заробтнай платы адбываўся ў выніку павелічэння коштаў),

- ▶ у банках былі павышаны працэнтныя стаўкі, што абмежавала выдачу крэдытаў; Такім чынам, хуткасць павелічэння колькасці грошай на рынку знізілася. У той жа час, павышаныя працэнтныя стаўкі па ашчаджэннях ствараюць стымул для назапашвання грошай (такім чынам, таксама памяншаецца колькасць грошай на рынку),

- ▶ была ўведзена ўнутраная канверсоўнасць злотага, гэта азначала, што ў краіне ён можа законна абменьвацца на замежную валюту ў банках і абменных пунктах,

- ▶ быў прыняты закон аб прыватызацыі дзяржаўных прадпрыемстваў. Дзяржаўныя прадпрыемствы пераважалі ў камандна-размеркавальнай эканоміцы. Яны былі створаны дзяржавай, збольшага як буйныя арганізацыі, якія атрымліва-

лі дзяржаўныя казначэйскія актывы і загады, якім чынам весці гаспадарчую дзейнасць. Паколькі кіраўнікі дзяржаўных прадпрыемстваў не атаясамліваліся з яго ўладальнікам, іх эканоміка была неэфектыўнай. Шмат якія з іх не змаглі адаптавацца да рынкавай эканомікі, якая развівалася, і зрабіліся стратнымі. З 1990 года прыватызацыя дзяржаўных прадпрыемстваў праводзілася ў шырокіх маштабах, ператвараючы іх у дзяржаўныя кампаніі (так званая камерцыялізацыя), пасля чаго акцыі ў гэтых кампаніях выдаваліся розным суб'ектам гаспадарання (як правіла, шляхам продажу акцыяў). У 1990 г. былі зарэгістраванымі 8453 дзяржаўныя прадпрыемствы, з іх 174 дзейнічаюць да гэтага часу.

#### ЦІКАВА ВЕДАЦЬ

*27 сакавіка 1994 года прафесар Лешак Бальцаровіч выступіў з адкрытай публічнай лекцыяй пра досвед польскіх эканамічных рэформаў у Мінску, у будынку Беларускага гуманітарнага адукацыйна-культурнага цэнтра (ліцэя).*

У рынкавай эканоміцы маюцца рынкі для ўсіх эканамічных рэсурсаў.

Асноўныя рынкі збыту:

- ▶ рынак прадукцыі;
- ▶ рынак паслуг;
- ▶ рынак працы;
- ▶ фінансавы рынак (грошы, валюта і капітал).

Кожны з іх можа ўключаць або падзяляцца на пэўныя падпарадкаваныя рынкі: напрыклад, рынак капіталу падзелены на рынак каштоўных папер, рынак нерухомасці і рынак інвестыцый. На кожным рынку існуюць канкурэнтныя структуры, якія ствараюць попыт і прапанову. Ёсць канкрэтныя эканамічныя інстытуты і катэгорыі, такія як біржа, аўкцыён, тэндар, кірмаш, брокер, цана, аплата, працэнтная стаўка. Дзейнічаюць

эканамічныя законы і рынкавыя механізмы, і ўсё ў цэлым падпарадкавана канкрэтным праўным нормам.

*Рынак тавараў – яго яшчэ называюць рынкам тавараў і паслуг – гэта любая арганізаваная дзейнасць, якая аб’ядноўвае прадаўцоў (пастаўшчыкоў) і пакупнікоў (атрымальнікаў) з мэтай куплі і продажу тавараў і паслуг.*

Арганізацыйная форма гэтага рынку можа мяняцца. Гэта могуць быць: крама гандлю ўраздроб, супермаркет, рэстаран, аўтазаправачная станцыя, гуртавая (аптовая) крама, пункт скупкі, установа паставак або збыту, прадпрыемства абслугоўвання, агенцтва, кірмаш і рынак тавараў. Трансакцыі (здзелкі) куплі-продажу прадукцыі на рынку залежаць ад эвалюцыі кошту, попыту і прапановы.

Паміж гэтымі трыма колькасцямі існуюць узаемадэпэндэнцыі, якія фарміруюць эканамічныя законы, у прыватнасці закон прапановы і закон попыту, вызначаючы сувязь паміж коштам і аб’ёмам прапановы і аб’ёмам попыту паводле наступнай схемы:

**Аб’ёмы прапановы  $\longleftrightarrow$  Цана  $\longleftrightarrow$  Велічыня попыту**

*Цана – грашовае выражэнне вартасці адзінкі тавару.*

*Аб’ём прапановы – гэта колькасць пэўнага прадукту, прапанаванага для продажу на рынку за пэўную цану і ў дадзены момант часу.*

*Аб’ём попыту – гэта колькасць пэўнага прадукту, якая можа быць прададзена на рынку за пэўную цану і ў дадзены момант часу.*



*Закон прапановы сцвярджае, што, калі цана павялічваецца, то аб'ём прапановы павялічваецца; калі цана падае, то прапанова змяняецца.*

*Закон попыту сцвярджае, што, калі цана зніжаецца, то аб'ём попыту павялічваецца; калі кошт павялічваецца, то попыт змяняецца.*

Акрамя цаны, на аб'ём попыту і прапановы таксама могуць уплываць шматлікія іншыя чыннікі: напрыклад, вытворчыя магутнасці, выдаткі, патрэбы, прыбытак насельніцтва, маркетынг, мода, надзвычайныя падзеі (эпідэміі, хваробы). Праца на рынку закона аб попыце і прапанове не толькі мае сваім вынікам залежнасць паміж аб'ёмам прапановы або аб'ёмам попыту, але і ўплывае на карэляцыю паміж цэнамі і аб'ёмам прапановы ды аб'ёмам попыту, што ўзнікае ў выніку фарміравання цэнаў. Найбольш спрыяльнай з'явай на рынку выступае *баланс паміж аб'ёмам прапановы і аб'ёмам попыту*. Гэта азначае, што ўся прадукцыя, якая пастаўляецца на рынак, прадаецца і што патрэбы пакупнікоў будуць задаволены. Гэты стан сустракаецца рэдка. Часцей за ўсё рынак з'яўляецца незбалансаваным – гэта значыць маецца лішак прадукцыі на рынку (прапанова перавышае попыт) або іх дэфіцыт (попыт перавышае прапанову). Гэтыя з'явы ўзнікаюць перыядычна і рэгулююцца дзейнымі эканамічнымі законамі. Карэляцыя паміж аб'ёмам попыту і прапановы з'яўляецца асноўным рынкавым механізмам, які рэгулюе цэны, а таксама аб'ём попыту і прапановы.

*Рынкавы механізм – гэта працэс узгаднення аб'ёмаў попыту і прапановы праз цэны, што прыводзіць да рынкавай раўнавагі.*

Рынкавы механізм, выкарыстоўваючы закон попыту і прапановы, працуе наступным чынам (гл. схему ніжэй):

► калі попыт перавышае прапанову, то кошт павялічваецца – гэта павялічвае прапанову, але і змяншае попыт,

► калі прапанова перавышае попыт, цана змяншаецца – гэта змяншае прапанову, але і павялічвае попыт.

Калі аб'ём прапановы і аб'ём попыту на працягу доўгага часу застаюцца на дасягнутым узроўні, гэта азначае, што рынак збалансаваны, а аперацыі куплі-продажу заключаюцца па раўнаважнай цане.

Прычына нераўнавагі	Змяненне цаны	Дасягнуты вынік
Аб'ём попыту > Аб'ём прапановы	Цана ↑ расце	Аб'ём попыту = Аб'ём прапановы
Аб'ём попыту < Аб'ём прапановы	Цана ↓ падае	Аб'ём попыту = Аб'ём прапановы

Асноўны элемент, які ўплывае на рынкавыя з'явы, – гэта *канкурэнцыя*, якая з'яўляецца рухальнай сілай рынкавай эканомікі.

*Канкурэнцыя – гэта суперніцтва паміж прадаўцамі, а таксама паміж пакупнікамі, якія імкнуцца заключыць як мага больш прыбытковых трансакцый куплі-продажу.*

Аб'ектамі канкурэнцыі з'яўляюцца цана і якасць прадукту, якія належаць да трансакцыі куплі-продажу. Цэнавая канкурэнцыя дамінуе на рынку частай пакупкі прадукцыі (агульнага карыстання) з невялікай адзінкавай вартасцю (цаной), без магчымасці істотнай дыферэнцыяцыі прапанаванай прадукцыі. З іншага боку, канкурэнцыя паводле якасці пераважае на рынку перыядычных і спарадычных пакупак з высокай адзінкавай вартасцю (цаной) пры наяўнасці магчымасці істотнай дыферэнцыяцыі прапанаванай прадукцыі з пункту погляду функцый, якасці, параметраў ужывання, гарантый.

Прадаўцы развіваюць сваю дзейнасць з мэтай падвышэння іх канкурэнтаздольнасці праз маркетынг, які складаецца з:

- ▶ фарміравання прадукту (даследаванне рынку: што такое канкурэнцыя, якім чынам вы можаце выйсці на рынак і як вы яго здабываеце; паляпшэнне якасці, брэндынг, пашырэнне асартыменту, узбагачэнне новымі версіямі, выкарыстанне новай прывабнай упакоўкі, раздзелка, стварэнне набораў, паслуг);

- ▶ правядзення цэнавай палітыкі (даследаванне рынку: якім чынам фарміруюцца аб'ёмы попыту і прапановы; высокія цэны на якасную прадукцыю, на новыя тавары і калі няма канкурэнцыі, а ў іншых умовах цэны ніжэйшыя, чым у канкурэнтаў; зніжкі, перыядычныя зніжкі, перыяды аплаты, умовы крэдыту, напрыклад, 50/50),

- ▶ дыстрыбуцыі (стварэнне сеткі стацыянарных продажаў праз дылераў, агентаў, прадаўцоў, продаж на раты, праз лізінг, а таксама праз інтэрнэт-крамы; транспартаванне);

- ▶ прасоўвання (рэклама, фарміраванне прадукту і рэпутацыі кампаніі, гандлёвы персанал, культура продажу).

Канкурэнцыя паміж прадаўцамі – звычайная з'ява на рынку і залежыць ад актыўнасці прадпрымальніка, а перш за ўсё – ад яго прадпрымальнасці і інавацый, якія выяўляюцца ў розных маркетынгавых мерапрыемствах.

Канкурэнцыя паміж пакупнікамі заўважная ў некаторых формах продажу, напрыклад, на біржах, аўкцыёнах ці кірмашах. Замест перамоў паміж прадаўцамі і пакупнікамі існуе з'ява перамоваў адносна заключэння найбольш выгадных трансакцый куплі-продажу.

## ***1.2. Што такое бізнэс-цыкл?***

Эканамічная гісторыя паказвае, што ніводная эканоміка не развіваецца беспраблемна і аднастайна. Могуць мець месца шматлікія перыяды эканамічнага ўздыму і росквіту ў краіне,

што прывядзе да хуткага росту коштаў на акцыі (як у 1990-х гадах) або коштаў на нерухомую маёмасць (як у пачатку XXI стагоддзя). Тады хваля неабгрунтаванага энтузіязму можа раптам ператварыцца ў незразумелы песімізм, як гэта здарылася ў 2007–2009 гг.: выгадныя іпатэчныя крэдыты і спажывецкія крэдыты на льготных умовах скончацца, банкі зменшаць патак крэдытаў для прадпрыемстваў, узровень выдаткаў паменшыцца. У выніку нацыянальны прадукт будзе памяншацца, павялічыцца беспрацоўе, а рэальныя прыбыткі і даходы будуць зніжацца. Урэшце, крызіс дасягне дна, і эканоміка адновіцца. Выздараўленне можа быць няпоўным або настолькі поўным, што прывядзе да новага буму. Перыяд росквіту можа быць доўгім, звязаным з высокім узроўнем попыту, наяўнасцю працоўных месцаў і павышэннем узроўню жыцця. Аднак ён таксама можа выбухнуць кароткачасовым полымем росту коштаў і спекуляцыямі, пасля чаго эканоміка зноў пойдзе на спад. Уздым і падзенне вытворчасці, інфляцыя, працэнтныя стаўкі і занятасць на працягу дзелавага цыкла з’яўляюцца адметнай рысай усіх рынкавых эканомік.

Што канкрэтна разумеецца пад «бізнэс-цыклам»? Бізнэс-цыклы – гэта ваганні агульнага нацыянальнага прадукту, даходаў і занятасці ў цэлым па эканоміцы, якія звычайна доўжацца ад двух да дзесяці гадоў і характарызуюцца вялікім ажыўленнем або запавольваннем у большасці галін эканомікі. Эканамісты звычайна дзеляць бізнэс-цыклы на дзве асноўныя фазы: спад і аднаўленне. Пункты павароту вызначаюцца верхняй і ніжняй часткай цыкла. Перыяд эканамічнага спаду называецца *рэцэсіяй*. Рэцэсія – гэта перыядычнае зніжэнне валавога ўнутранага прадукту, даходаў і занятасці, якое звычайна доўжыцца ад шасці да дванаццаці месяцаў і закранае шмат якіх галіны. Эканамічны спад з асабліва вялікімі маштабамі і працягласцю называецца *дэпрэсіяй*.

*Бізнэс-цыкл – гэта нерэгулярныя фазы ажыўлення і запавольвання эканамічнай актыўнасці.*

Паўафіцыйную статыстыку працягласці перыядаў запавольвання і ажыўлення ў суседняй Польшчы вядзе Нацыянальнае бюро эканамічных даследаванняў (НБЭД), прыватная даследчая ўстанова. НБЭД вызначае спад як «істотнае зніжэнне актыўнасці ўсёй эканомікі, што доўжыцца больш за некалькі месяцаў, як гэта назіраецца ў зніжэнні рэальнага валавога ўнутранага прадукту (ВУП), рэальных даходаў, занятасці, прамысловай вытворчасці і аб'ёму гуртавога гандлю». Альтэрнатыўнае азначэнне, якое часам выкарыстоўваецца, сцвярджае, што спад назіраецца тады, калі рэальны аб'ём ВУП скарачаўся на працягу двух кварталаў запар. Хоць мы называем гэтыя кароткачасовыя ваганні «цыкламі», фактычна яны нерэгулярныя. Не бывае двух аднолькавых цыклаў бізнэсу. Не існуе такой формулы, кшталту формулы для вылічэння траекторый планет або маятнікаў, якую можна было б ужыць для прагнавання працягласці і часу ўзнікнення бізнэс-цыклаў. Яны, хутчэй, нагадваюць змены надвор'я. Бізнэс-цыклы падобныя да горнага масіву, у якім ёсць як глыбокія, так і шырокія даліны (такія як Вялікая дэпрэсія), і дробныя і вузкія даліны (як рэцэсія 1991 года). Хоць асобныя бізнэс-цыклы не супадаюць паміж сабою, яны часта выяўляюць пэўнае падабенства.

### **1.3. Спажывец на рынку**

Спажывец прымае ўсе рашэнні на рынку, супастаўляючы перавагі і выдаткі з улікам наяўных бюджэтных абмежаванняў. Паказчык задавальнення спажывання дадзенай колькасці тавараў вызначаецца як поўная карыснасць. Ён узрастае ў адпаведнасці з колькасцю спажытых тавараў, хоць такі рост робіцца ўсё меншы (гранічная карыснасць). Першая смачная цукер-

ка прыносіць нам шмат задавальнення, другая менш, задаволенасць спажываннем шасцідзясятай цукеркі ў пэўны момант часу невялікая.

Паводзіны спажыўцоў на рынку рэгулююцца эканамічнымі законамі. Кліенты прадстаўляюць бок попыту на рынку, паколькі яны паведамляюць аб попыце на пэўныя тавары і паслугі па пэўных цэнах на тавары. Бок пастаўшчыкоў прадстаўлены вытворцамі, якія прапануюць тавары і паслугі на рынку па пэўных цэнах. Рынкавую раўнавагу, г. зн. сітуацыі, калі попыт роўны прапанове, прасцей за ўсё рэгуляваць з дапамогай цэнаў.

У спрошчаным выглядзе можна канстатаваць, што павелічэнне цаны выклікае зніжэнне попыту, а зніжэнне цэны павялічвае попыт. Рост цэнаў выклікае рост прапановы, падзенне цэнаў выклікае зніжэнне прапановы.

Адчувальнасць попыту да змены цэнаў называецца *эластычнасцю попыту*.

▶ калі змены цэнаў і змены попыту прапарцыйныя (напрыклад, павелічэнне цэнаў на 10% выклікае зніжэнне попыту на 10%), можна сцвярджаць, што гэта цвёрды попыт;

▶ калі змены попыту перавышаюць змены цэнаў, попыт вызначаецца як эластычны (напрыклад, павелічэнне цэнаў на 10% прыводзіць да зніжэння попыту на 20%);

▶ попыт цалкам эластычны, калі нязначныя змены коштаў суправаджаюцца моцнымі зменамі попыту (напрыклад, пры зніжэнні цэнаў на 1% попыт павялічваецца на 100%).

Фактарамі, якія ўплываюць на эластычнасць цэнаў, з'яўляюцца:

– мода, густы, перавагі, якія цягнуць за сабою моцныя ваганні эластычнасці;

– колькасць заменнікаў: чым большая колькасць заменнікаў, тым большая эластычнасць попыту;

– від тавару: прадметы першай неабходнасці характарызу-

юцца моцнай эластычнасцю попыту, якая ўзрастае разам са стандартамі дабрабыту (раскоша);

– добрая цана: чым вышэйшая цана, тым большая эластычнасць (як правіла, апошняя падае, калі цэны падаюць).

Прыбытковая эластычнасць попыту – гэта адчувальнасць памераў попыту да змены даходаў. Павелічэнне даходаў звычайна выклікае павелічэнне аб’ёму попыту.

Цвёрды попыт маецца ў наяўнасці, калі павелічэнне даходаў выклікае аналагічны рост попыту (збольшага для асноўных тавараў).

Малаэластычны попыт мае месца, калі змены аб’ёму попыту адбываюцца больш павольна, чым змены даходаў (напрыклад, павелічэнне даходаў на 10% прыводзіць да павелічэння попыту на 5%).

Высокаэластычны попыт узнікае, калі павелічэнне даходаў выклікае больш прапарцыйнае павелічэнне попыту (гэта датычыць элітных тавараў, якія ахвотна набываюцца).

Фарміраванне попыту ў залежнасці ад узроўню дабрабыту:

– тавары першай неабходнасці (хлеб, соль): цвёрды попыт на іх маюць спажыўцы бедныя, сярэднезаможныя і багатыя;

– тавары не самай першай неабходнасці (масла, вадкасць для паласкання): эластычны попыт на іх прадстаўлены беднымі, а цвёрды попыт – сярэднезаможнымі і багатымі спажыўцамі;

– тавары першага ўзроўню раскошы (якасныя мяса, адзенне): эластычны попыт на іх прадстаўлены беднымі і сярэднезаможнымі спажыўцамі, цвёрды – толькі багатымі;

– тавары раскошы: на іх адсутнічае попыт з боку бедных і сярэднезаможных спажыўцоў і маецца цвёрды попыт з боку багатых.

Паводзіны спажыўцоў на рынку рэгулююцца эканамічнымі законамі спажывання. Агульная заканамернасць спажывання, паводле нямецкага эканаміста і статыстыка XIX ст. Эрнста Эн-

геля, палягае ў тым, што па меры павелічэння даходаў агульны ўзровень спажывання і выдаткаў павялічваецца.

*Першая заканамернасць Ангеля* вызначае, што па меры павелічэння даходаў спажыванне прадуктаў харчавання і нехарчовых прадуктаў павялічваецца, аднак спажыванне першых зніжаецца з меншай хуткасцю, чым спажыванне нехарчовых прадуктаў. У выніку па меры павелічэння даходаў працэнтная доля выдаткаў на харчаванне ў агульным аб'ёме выдаткаў змяншаецца. Павелічэнне даходаў цягне павелічэнне працэнтнай долі выдаткаў на прадметы раскошы (адпачынак, адукацыя, тавары працяглага карыстання).

Паводле *другой заканамернасці Ангеля*, выдаткі на элітныя тавары або ашчаджэнні выяўляюцца толькі пры наяўнасці высокага прыбытку, які перавышае ўзровень задавальнення першасных патрэбаў.

Паводле *заканамернасці Райта*, ашчаджэнні ўзнікаюць і павялічваюцца па меры павелічэння даходаў.

Трэба мець на ўвазе, што існуюць таксама выключэнні з эканамічных заканамернасцяў, што рэгулююць спажыванне. Іх называюць парадоксамі (*парадокс Гіфена, парадокс Ваблена* і інш.).

### **3 падручніка Дж. Бэрдышоў «Эканоміка», ч. 1:**

*Парадокс Гіфена.* Сэр Роберт Гіфен, эканаміст і статыстык XIX стагоддзя, заўважыў, што пры зніжэнні цаны на хлеб рабочыя куплялі яго менш, і наадварот. Гіфен разглядаў гэтую з'яву як зняпраўджанне першага закону попыту. Цяпер яна лічыцца хутчэй выняткам, чым зняпраўджаннем. *Парадокс Гіфена* здараецца пры дзвюх умовах. *Першая:* прадукт павінен быць ніжэйшым таварам; *другая:* гэта павінен быць прадукт, на які сям'я траціць асноўную частку свайго бюджэту. У выпадку, які назіраў Гіфен, як толькі зніжалася цана на хлеб, вызвалася частка сямейнага даходу (эфект даходу), якая адразу ішла на іншыя харчовыя прадукты, каб сталавацца



*больш разнастайна. Таму трэба было мени хлеба. А як толькі цана на хлеб павышалася, сям'я зноў вымушана была жыць на адным хлебе. Кажучы навуковымі тэрмінамі, парадокс Гіфена назіраецца ў попыце на ніжэйшыя тавары, калі эфект даходу пераважае эфект цаны.*

### **Пытанні і заданні да тэмы**

1. Якая эканамічная сістэма дзейнічала ў Польшчы і іншых краінах савецкага лагера да дзевяностых гадоў мінулага стагоддзя? Якія наступствы гэта мела?

2. Якая трансфармацыя польскай эканомікі была звязана з увядзеннем рынкавых асноў гаспадарання?

3. Якія наступствы цягне за сабой увядзенне рынкавай эканомікі?

4. Якія арганізацыйныя формы існуюць на рынку ў вашым горадзе?

5. Якая сітуацыя з попытам і прапановай у вашым горадзе?

6. Ці існуе прама прапарцыйная залежнасць паміж коштам і аб'ёмам прапановы і аб'ёмам попыту?

7. Якія лішкі і дэфіцыт прадуктаў узнікаюць, на вашу думку, у вашым горадзе?

8. Што можа паўплываць на аб'ём попыту і прапановы, акрамя цаны?

9. Ці вы перакананы ў эфектыўнасці рынкавых механізмаў? Прывядзіце прыклады.

10. Калі на рынку з'яўляецца рынкавая раўнавага?

11. Ці карысная доўгачасовая раўнавага на рынку?

12. Што з'яўляецца станоўчым і адмоўным у канкурэнцыі?

13. Пeralічыце маркетынговыя з'явы, якія адбываюцца на рынку.

14. Што можа спрыяць перамовам аб куплі-продажы?

15. З чым звязана ўзнікненне паняцця бізнэс-цыкла? Што такое рэцэсія, і з чым яна бывае звязана?

**Заданні з падручніка Дж. Бэрдшоў «Эканоміка», ч. 1:**

1. Разгледзьце фактары, якія вызначаюць попыт на:
  - а) летні адпачынак;
  - б) грамадскі транспарт.
2. Растлумачце парадокс Гіфена і вызначце, пры якіх умовах вы можаце знайсці яго ў сучасным свеце.
3. Пастаўце наступныя тавары адпаведна іх рэагаванню на рост даходу: каляровыя тэлевізары; бензін; віно; цыгарэты; бульба; ялавічына; канікулярныя падарожжы; соль.
4. Дапусцім, што сям'я мае тыднёвы бюджэт 240 фунтаў і выбар толькі з двух тавараў, якія каштуюць адпаведна 12 і 8 фунтаў.
  - а) Пабудуйце бюджэтную лінію сям'і.
  - б) Пакажыце эфект цаны тавару, якая вырастае з 12 да 20 фунтаў.
  - в) У першаснай сітуацыі пакажыце эфект росту сямейнага даходу да 360 фунтаў.

## II. ФІНАНСАВЫ РЫНАК

### II.1. *Грошы як аснова фінансавага рынку*

*Грошы – асаблівы тавар, які служыць усеагульным эквівалентам.*

Грошы ўзніклі стыхійна ў працэсе развіцця таварнага абарачэння, калі з'явіліся лішкі тавараў. Спачатку аб'ём вырабленых тавараў быў параўнальна малы, і абмен таварамі паміж плямёнамі насіў выпадковы характар (усе вырабленыя тавары ішлі на спажыванне) і ажыццяўляўся ў натуральнай форме. Паступова аб'ём вытворчасці павялічваўся, і пачалі з'яўляцца лішкі тавараў. Абмен пачаў насіць пастаянны, масавы характар. Узнікла неабходнасць у адмысловым сродку абарачэння, з дапамогай якога можна было хутка і з мінімальнымі выдаткамі абмяняць адзін тавар на іншы. Такім сродкам абарачэння сталі грошы (першая функцыя грошай – грошы як *сродак абарачэння*).

Галоўная ўласцівасць грошай – іх абсалютная *ліквіднасць*.

Ліквіднасць – гэта мера таго, наколькі хутка можна абмяняць які-небудзь актыў (тавар) на наяўныя грошы – гатоўку.

Грашовая сістэма не можа існаваць без грошай. Яна ахоплівае ўсе грашовыя адносіны, якія складаюцца ў тым ці іншым грамадстве.

У сістэме грашовых адносінаў вылучаюць тры падсістэмы:

- ▶ функцыянальную;
- ▶ эканамічную;
- ▶ у форме грашовых патокаў.

Грошы – гэта сродак, які адлюстроўвае вартасці таварных рэсурсаў, што ўдзельнічаюць у адпаведны час у гаспадарчым жыцці грамадства, універсальнае ўвасабленне вартасці ў формах, адпаведных дадзенаму ўзроўню таварных адносінаў. Такое

вызначэнне пабудавана на паняцці вартасці, якое больш адпавядае прынятаму ў сусветнай навуцы падыходу да грошай.

У іншым вызначэнні грошы – гэта абсалютна ліквідны *сродак абмену*, які валодае дзвюма ўласцівасцямі:

- ▶ абменьваецца на любы іншы тавар;
- ▶ вымярае кошт любога іншага тавару (гэтая функцыя выяўляецца ў цане і ў маштабах гэтых коштаў).

Сутнасць грошай раскрываецца ў пяці функцыях:

- ▶ як меры кошту;
- ▶ як сродку абарачэння;
- ▶ як сродку плацяжу;
- ▶ як сродку зберажэння і накаплення;
- ▶ як сусветныя грошы

*Мера вартасці* фарміруецца пры ўтварэнні цаны, яна вызначае кошт тавару, які вымяраецца грашыма (г. зн. прыраўноўванне тавараў паміж сабой). Такім чынам атрымліваюць колькасныя сувымернасці.

Грашовае вымярэнне кошту – цана. Яна залежыць ад некалькіх умоў:

- ▶ умовы вытворчасці;
- ▶ умовы абмену.

Каб цэны былі параўнальныя, іх неабходна прывесці да адзінага маштабу.

*Маштаб цэнаў* – гэта вагавае ўтрыманне золата або срэбра, фіксаванае ў якасці адзінкі вымярэння.

У якасці меры кошту грошы могуць дзейнічаць як падліковыя сродкі, выступаючы ў выглядзе лікавых велічынь. Падліковыя грошы ўжываюцца для выражэння цаны, а таксама для ўліку і аналізу, вядзення рахункаў удзельнікаў гаспадарчага жыцця.

*Сродкі абарачэння*. Грашовае выражэнне кошту тавараў яшчэ не азначае яго рэалізацыю. Павінен адбыцца абмен. Грошы – пасярэднікі пры абмене ад пачатку трансакцыі (Т – Г)

да яе завяршэння (Г – Т). У перыяд перавагі гандлю грошы ў асноўным дзейнічалі як сродак абарачэння; пасля ўзнікнення крэдыту і развіцця эканомікі на першы план выходзіць функцыя сродку плацяжу, якая ўключае ў сябе функцыю сродку абарачэння і трансфармуецца ў функцыю сродку разлікаў. Гэтаму спрыяе выкарыстанне пластыкавых картак і іншых электронных інструментаў разлікаў, якія дазваляюць расплачвацца шляхам пералічэння з банкаўскага рахунку, а таксама ажыццяўлення гуртавых пакупак і пакупак ураздроб.

*Сродкі плацяжу* – час плацяжу не супадае з часам аплаты, тавары прадаюць у крэдыт, з адтэрміноўкай плацяжу

(Т – А і А – Г).

*Сродкі наапаўнення* – грашовыя рэзервы (рэшткі на рахунках, золатавалютныя рэзервы). Грошы, якія выконваюць функцыю наапаўнення, удзельнічаюць у працэсе фарміравання, размеркавання, перамеркавання нацыянальнага даходу, адукацыі зберажэнняў насельніцтва.

*Сусветныя грошы* выкарыстоўваюцца ў міжнародных разліках.

У сучаснай развітой эканоміцы дзейнічаюць тры функцыі грошай – мера вартасці, сродкі наапаўнення і сродкі разлікаў, а сродак абарачэння застаецца ў вельмі невялікіх памерах.

У *функцыі ашчаджэнняў і наапаўненняў* грошы выкарыстоўваюцца не для абарачэння, а для стварэння самастойнай формы багацця. Ад гэтага залежыць увесь інвестыцыйны працэс, г. зн. эканамічны рост; развіццё банкаўскай сістэмы, фондавага рынку, страхавых, пенсійных і іншых фінансавых фондаў.

Грошы заўсёды абслугоўвалі не толькі нацыянальную эканоміку, але і сусветнагаспадарчыя сувязі. Роля *валютнай функцыі* грошай пастаянна ўзрастае, асабліва ва ўмовах глабалізацыі сусветнай эканомікі і фінансаў. Ствараюцца *калектыўныя валюты*, напрыклад, еўра.

## II.2. Асаблівасці фінансавага рынку

Фінансава-грашовы сектар як самастойны элемент грашовай гаспадаркі фарміруе такую сістэму адносінаў, як фінансавы рынак.

Сусветны фінансавы рынак – гэта сукупнасць нацыянальных і міжнародных рынкаў, якія забяспечваюць кірунак, акумуляцыю і пераразмеркаванне грашовых капіталаў паміж суб'ектамі рынку з дапамогай фінансавых устаноў з мэтай дасягнення нармальнага суадносінаў паміж прапановай і попытам на капітал.

Грашовы сектар, у склад якога ўваходзяць фінансавы і крэдытны, уяўляе сабой спецыфічны рынак з яго абарачэннямі і даходамі. Сусветны фінансавы рынак аказвае грамадству фінансавыя паслугі, забяспечваючы яго ў патрэбны момант і ў патрэбным месцы грашыма. Інакш кажучы, *спецыфічным таварам на фінансавым рынку выступаюць грошы*. У якасці тавару грошы абарачаюцца ў такіх сектарах сусветнага фінансавага рынку, як крэдытны, рынак каштоўных папер, валютны, страхавы і г. д.

*Рынак грошай – рынак кароткатэрміновых фінансавых інструментаў (пазыковых абавязацельстваў) з тэрмінам абарачэння да 1 года.*

*Рынак капіталаў – рынак сярэдне- і доўгатэрміновых (ад 1 да 3–5 гадоў) і доўгатэрміновых актываў – акцый, аблігацый і пазык (з тэрмінам пагашэння больш за год).*

*Крэдытны рынак – рынак кароткатэрміновых, сярэдне- і доўгатэрміновых пазык. На практыцы паміж імі няма выразнай мяжы.*

Сусветны фінансавы рынак паводле сваёй эканамічнай сутнасці ўяўляе сабой сістэму пэўных адносінаў і своеасаблівы механізм збору і пераразмеркавання на канкурэнтнай асно-

ве фінансавых рэсурсаў паміж краінамі, рэгіёнамі, галінамі і інстытуцыянальнымі адзінкамі.

Фінансавы рынак складаецца з шэрагу сектараў: інвестыцыйнага, крэдытнага, фондавага, страхавога, валютнага.

На фінансавым рынку аб'ектам куплі-продажу выступаюць *фінансавыя рэсурсы*. Аднак маецца прыныповае адрозненне трансакцый у розных сектарах фінансавага рынку. Калі на крэдытным рынку грошы прадаюцца як такія, г. зн. яны самі з'яўляюцца аб'ектам трансакцый, то на фондавым рынку, напрыклад, прадаюцца *правы на атрыманне* грашовых даходаў, ужо створаных або будучых.

Фінансавы рынак – гэта не толькі сродак пераразмеркавання грашовых рэсурсаў у эканоміцы (на ўмовах платнасці), але і індыкатар стану эканомікі ў цэлым. Сутнасць фінансавага рынку палягае не проста ў пераразмеркаванні фінансавых рэсурсаў, але перш за ўсё ў вызначэнні напрамкаў гэтага пераразмеркавання. Менавіта на фінансавым рынку, у т. л. на сусветным, вызначаюцца найбольш эфектыўныя сферы выкарыстання грашовых рэсурсаў.

Функцыянаванне фінансавага рынку шчыльна звязана з вызначэннем працэнтных ставак, г. зн. цаны тавару «грошы», прададзенага ў выглядзе крэдыту. Фарміраванне *сістэмы працэнтных ставак* – адна з найважнейшых функцый фінансавага рынку; яна аказвае ўплыў на ўзровень эфектыўнасці ўсёй эканомікі.

### II.3. *Інструменты фінансавага рынку*

Фінансавыя інструменты – гэта дакументальна аформленыя ў адпаведнасці з дзейным заканадаўствам грашовыя абавязацельствы эканамічных суб'ектаў.

У цяперашні час у развітых рынкавых эканоміках выразна выяўляе сябе тэндэнцыя да зліцця розных фінансавых пасярэднікаў, а таксама да дыверсіфікацыі іх аперацый. Развіццё

фінансавага пасярэдніцтва спрыяла ўзнікненню своеасаблівай эканамічнай з'явы – фінансавых інструментаў, да якіх адносяцца:

- вэксалі;
- чэкі;
- пазыковыя распіскі;
- акцыі;
- аблігацыі;
- крэдытныя карткі;
- закладныя;
- страхавыя полісы;
- сертыфікаты;
- разнастайныя пасведчанні, якія даюць права на атрыманне грашовага прыбытку, і інш.

Фінансавыя інструменты бываюць імяннымі і на прад'яўніка.

#### ***II.4. Правілы функцыянавання фінансавай сістэмы***

Правілы функцыянавання фінансавай сістэмы складаюцца з усіх праўных нормаў, звычайяў і палажэнняў, якія змяшчаюцца ў нарматыўных актах і ў статутах фінансавых устаноў і кантрольных органаў.

Пастаянныя змены ў фінансавай сістэме патрабуюць іх пашырэння, а нярэдка таксама і іх ускладненняў. Гэтыя правілы прымаюць форму падрабязных рэгламентаў для як мага большай колькасці сітуацый на рынку. Мэтай распрацоўкі правілаў функцыянавання рынку з'яўляецца гарантаванне бяспекі суб'ектаў гаспадарання на рынку. Асноўнай часткай правілаў функцыянавання сістэмы з'яўляюцца праўныя нормы, якія дзейнічаюць у той ці іншай краіне. Гэта розныя тыпы законаў, урадавых пастанаў і распараджэнняў наглядчых органаў. Гэтыя акты распрацаваны, каб усталяваць асновы юрыдычнай дзейнасці суб'ектаў гаспадарання, якія будуць ажыццяўляцца



легальна. Другая частка правілаў, якія рэгулююць функцыянаванне фінансавай сістэмы, – гэта правілы, што вынікаюць са звычак і правілаў фінансавых устаноў і кантрольных органаў.

## **II.5. Органы і інстытуцыі, якія забяспечваюць функцыянаванне фінансавага рынку**

### *Цэнтральны (Нацыянальны) банк*

Цэнтральны (Нацыянальны) банк адыгрывае ключавую ролю ў развітай рынкавай эканоміцы. Ён мае тры асноўныя функцыі:

- ▶ эмісійнага банка;
- ▶ банка банкаў,
- ▶ цэнтральнага банка ў дзяржаве (супольнасці дзяржаў).

Нацыянальныя банкі паасобных дзяржаў (у тым ліку Нацыянальны Банк Рэспублікі Беларусь, Нацыянальны банк Польшчы) маюць манапольнае права выпускаць валюту, якая з'яўляецца законным плацежным сродкам у адпаведных дзяржавах. Нацыянальны банк вызначае аб'ём яе выпуску і час увядзення ў абарачэнне, за функцыянаванне якога ён нясе адказнасць. Акрамя таго, ён непасрэдна арганізуе абарачэнне грошай і рэгулюе колькасць грошай у гэтым абарачэнні.

Нацыянальны банк з'яўляецца *банкам банкаў*: ён выконвае функцыі рэгулявання ў дачыненні да банкаў, накіраваныя на гарантаванне бяспекі дэпазітаў у банках і стабільнасці банкаўскага сектара; арганізуе сістэму грашовых разлікаў; ажыццяўляе бягучыя міжбанкаўскія разлікі і актыўна ўдзельнічае ў міжбанкаўскім грашовым рынку. Нацыянальны банк нясе адказнасць за стабільнасць і бяспеку ўсёй банкаўскай сістэмы, дзейнічае як банк банкаў і кантралюе плацежныя сістэмы ў краіне.

Нацыянальны банк, з'яўляючыся *цэнтральным дзяржаўным банкам*, аказвае банкаўскія паслугі дзяржаўнаму бюджэту, вядзе банкаўскія рахункі ўрада і цэнтральных дзяржаўных

устаноў, дзяржаўныя фонды спецыяльнага прызначэння і дзяржбюджэтныя падраздзяленні, а таксама ажыццяўляе іх плацежныя даручэнні.

### *Рада грашовай палітыкі ў Польшчы*

Гэты орган Нацыянальнага банка Польшчы, не залежны ад ураду, прэзідэнта і парламента краіны, быў створаны ў лютым 1998 г. У склад Рады ўваходзяць Старшыня (як правіла, гэта старшыня самога Нацбанка) і 9 чальцоў Рады, якія абіраюцца тэрмінам на 6 гадоў і не могуць перабірацца на наступныя тэрміны. Найважнейшыя функцыі Рады:

- ▶ штогадовае вызначэнне галоўных напрамкаў грашова-крэдытнай палітыкі і прадстаўленне у Сейм дзеля прыняцця да ведама, паралельна з праектам закона аб бюджэце, які ўносіцца Саветам Міністраў;
- ▶ прадастаўленне на працягу пяці месяцаў пасля заканчэння фінансавага года справаздачы аб выкананні паказчыкаў у галіне грашова-крэдытнай палітыкі;
- ▶ вызначэнне ўзроўню працэнтных ставак Нацыянальнага банка Польшчы;
- ▶ вызначэнне правілаў і нормаў абавязковых банкаўскіх рэзерваў;
- ▶ устаўленне правілаў вядзення аперацый на адкрытым рынку;
- ▶ вызначэнне верхняй мяжы памеру абавязацельстваў, якія вынікаюць з наяўнасці пазык і крэдытаў, атрыманых Нацыянальнымі банкам Польшчы ў замежных банкаўскіх і фінансавых установах,
- ▶ зацвярджэнне фінансавага плана Нацбанка і справаздача аб яго дзейнасці;
- ▶ прыняцце гадавой фінансавай справаздачнасці Нацыянальнага банка Польшчы.

### *Камерцыйныя і кааператыўныя банкі і іх функцыі*

Камерцыйны банк – гэта банк, арганізаваны ў выглядзе незалежнага прадпрыемства, якое атрымлівае прыбытак ад банкаўскіх аперацый. Акрамя таго, ён прымае рашэнне аб трансакцыях і, такім чынам, фарміруе сваю бягучую і доўга-тэрміновую палітыку. Такі банк з’яўляецца юрыдычнай асобай, створанай у адпаведнасці з дзейным заканадаўствам, і дзейнічае на падставе дазволаў, якія дазваляюць ажыццяўляць банкаўскую дзейнасць. Ён уводзіць у абарачэнне дэцэнтралізаваныя грошы на інвестыцыйную дзейнасць шляхам выдавання крэдыту. Гэтыя грошы з’яўляюцца вытворнымі.

*Камерцыйныя банкі* арыентуюць сваю дзейнасць на атрыманне прыбытку. Нягледзячы на свой прыватны характар, камерцыйныя банкі выконваюць вельмі важныя дзяржаўныя і эканамічныя функцыі. У Беларусі паводле стану на 2020 год найбуйнейшыя актывы маюць «Беларусбанк» (34,3 млн. бел. руб.), «Белаграпрамбанк» (12,6 млн. бел. руб.), «БПС–Ашчадбанк» і «Прыёрбанк» (прыкладна па 5,6 млн. бел. руб.).

Да найбуйнейшых камерцыйных банкаў Польшчы належаць: PKO Bank Polski (сума актываў – каля 300 млрд злотых), Bank Pekao (189 млрд злотых), Santander Bank Polska (185 млрд злотых). Наступныя месцы паводле велічыні сваіх актываў займаюць такія банкі, як: mBank, ING Bank Śląski, BNP Paribas, Bank Millennium, Alior Bank, Getin Bank.

*Кааператыўныя банкі*, якія займаюць сваё месца ў банкаўскім сектары суседняй Польшчы, нягледзячы на іншую форму ўласнасці, апошнім часам усё ў меншай ступені адрозніваюцца ад камерцыйных прыватных банкаў. Галоўная іх адметнасць, у параўнанні з банкамі камерцыйнымі, застаецца ў тым, што яны, як правіла, дзейнічаюць не на тэрыторыі ўсёй краіны, а ў асобных павятах. Найбуйнейшымі кааператыўнымі банкамі Польшчы ў цяперашні час з’яўляюцца Кракаўскі Кааператыўны банк, Вялікапольскі кааператыўны банк у Познані, Кааператыўны банк рамёстваў і сельскай гаспадаркі ў Валоміне.

## *Фондавыя біржы*

Фондавая біржа – гэта «месца, у якім» ажыццяўляюцца аперацыі з каштоўнымі паперамі, арганізаваныя такім чынам, што пры супастаўленні прапаноў па куплі-продажы ўсе ўдзельнікі роўныя і маюць роўны доступ да інфармацыі. Фондавы рынак, такім чынам, з’яўляецца формай рынку, і шырока вядомае паняцце «інстытуцыянальная форма рынку капіталу» найлепшым чынам адлюстроўвае яго характар.

Фондавая біржа з’яўляецца адным з найважнейшых інстытутаў у сучаснай эканоміцы. Дзейная біржа павінна адпавядаць наступным крытэрам:

- ▶ выконваць вызначаныя патрабаванні для біржаў;
- ▶ мець унутраныя, дакладныя правілы, якія вызначаюць яе функцыянаванне і крытэрыі выбару гандлёвых пасярэднікаў, напрыклад, брокерскіх кампаній;
- ▶ забяспечваць універсальны і роўны доступ да інфармацыі;
- ▶ забяспечваць празрыстасць рынку;
- ▶ гарантаваць бяспечны характар разлікаў;
- ▶ арганізоўваць рэгулярныя сесіі;
- ▶ мець хуткую і безаварыйную ІТ-сістэму, якая забяспечвае хуткасць трансакцый,
- ▶ сачыць за тым, каб кампаніі не сыходзілі з фондавага рынку раптоўна, выводзячы свае акцыі з таргоў.

Сусветную вядомасць на сённяшні дзень мае заснаваная ў 1991 г. *Варшаўская фондавая біржа*, якая праводзіць катываючую роўку акцый больш як 460 карпарацый і фірмаў, у тым ліку больш як 50 з ліку тых, што знаходзяцца па-за межамі Польшчы.

## *Асаблівасці фондавага рынку*

У рынкавай эканоміцы біржа адыгрывае вельмі важную ролю, бо сам па сабе рынак падпарадкоўваецца законам попыту і прапановы. Таму біржу «цікавіць» не тэндэнцыя росту

або падзення, але яна павінна дбаць пра тое, каб забяспечыць удзельнікам таргоў магчымасць эфектыўна ажыццяўляць трансакцыі. Біржа выконвае ў эканоміцы наступныя функцыі:

- алакацыйную (размяшчальную): робіць магчымым прыток капіталу ў кірунку іх найбольш эфектыўнага выкарыстання; напрыклад, фінансавыя рэсурсы будуць атрыманы кампаніяй, якая мае найлепшыя перспектывы іх выкарыстання і прынясе найбольшы патэнцыйны прыбытак сваім акцыянерам;

- ацэначную: гэтая функцыя фондавай біржы дазваляе ажыццяўляць рынкавую ацэнку меркаваных эканамічных рашэнняў суб'ектамі гаспадарання; праз гэта магчыма ацаніць, як адпаведная кампанія ажыццяўляе эканамічную дзейнасць у параўнанні з іншымі;

- кантрольную: біржа стварае пасярэдніцкі механізм кантралявання акцыянерамі вынікаў дзейнасці кампаніі і эфектыўнасці працы занятых там менеджараў.

Біржа таксама дае магчымасць:

- памнажэння капіталу як суб'ектаў гаспадарання, так і прыватных гаспадарак,

- фарміравання схільнасці да ашчаднасці ва ўсіх суб'ектах гаспадарання.

### *Іншыя інстытуцыі падтрымкі фінансавага рынку (на прыкладзе Польшчы)*

Сярод інстытуцый, якія аказваюць розныя паслугі на фінансавым рынку ў суседняй Польшчы, можна вылучыць яшчэ некалькі.

*Фонд банкаўскіх гарантый* (заснаваны ў 1995 г.), які мае свой рахунак у Нацыянальным банку Польшчы, у выпадку банкруцтва нейкага банка забяспечвае кліентам выплаты сродкаў, накопленых на банкаўскіх рахунках. Аб'ектам гарантыі з'яўляецца патрабаванне ўкладчыка.

*Страховы гарантыйны фонд*, створаны ў 1990 г., займаецца выплатай кампенсацыі ахвярам дарожна-транспартных здарэнняў і аварый, здзейсненых незастрахованымі ўладальнікамі транспартных сродкаў і незастрахованымі індывідуальнымі сельскімі гаспадарамі. Кожная з гэтых груп абавязана мець полісы страхавання грамадзянскай адказнасці. Фонд таксама выплачвае кампенсацыю пацярпелым у дарожна-транспартных здарэннях, калі нанесеныя страты не вызначаны.

Існуюць таксама разнастайныя *кааператыўныя ашчадна-кредытныя касы, прыватныя інвестыцыйныя фонды (таварыствы), страхавыя агенцтвы* і да т. п.

### *Органы кантролю за фінансавым рынкам*

У цяперашні час у большасці краін свету фінансавы рынак знаходзіцца пад пільным і прадуманым кантролем устаноў, створаных дзеля гэтай мэты ўрадамі асобных краін. Напрыклад, у суседняй Польшчы мае месца *кансалідаваны нагляд* за ўсім фінансавым рынкам, а непасрэдны нагляд за рынкам ажыццяўляе *Камісія фінансавага нагляду* (КФН). Яна была створана, у адпаведнасці з Законам ад 21 ліпеня 2006 г., у верасні таго самага года. З першага дня сваёй дзейнасці КФН прыняла на сябе паўнамоцтвы Камісіі па каштоўных паперах і біржах, Камісіі па наглядзе за страхаваннем і пенсійнымі фондамі, а з 1 студзеня 2008 года – і абавязкі Камісіі па наглядзе за банкамі. Дзейнасць КФН кантралюецца прэм'ер-міністрам.

У Польшчы з 2016 года існуе таксама пасада *Упаўнаважанага ў справах фінансаў*, які прызначаецца прэм'ер-міністрам краіны. Да яго найважнейшых задач належыць прыняцце мер па абароне кліентаў суб'ектаў фінансавага рынку, чые інтарэсы ён прадстаўляе, у прыватнасці:

- разгляд заяў у па індывідуальных справах, пададзеных у выніку ігнаравання прэтэнзій кліента з боку суб'екта фінансавага рынку ў рэжыме разгляду скаргі;

- разгляд заяў на невыкананне дзеянняў, якія былі вызначаны ў выніку скаргі, разгледжанай у адпаведнасці з воляй кліента;
- даванне заключэнняў па праектах нарматыўных актаў, якія датычацца арганізацыі і функцыянавання суб'ектаў фінансавага рынку;
- падача на адрас кампетэнтных органаў хадайніцтваў аб прыняцці заканадаўчых актаў або ўнясенні змяненняў у нарматыўныя акты ў пытаннях арганізацыі і функцыянавання фінансавага рынку;
- інфармаванне кампетэнтных кантрольных і наглядчых органаў аб любых парушэннях у функцыянаванні суб'ектаў фінансавага рынку;
- ініцыяванне і арганізацыя адукацыйнай і інфармацыйнай дзейнасці ў галіне абароны інтарэсаў кліентаў суб'ектаў фінансавага рынку;
- прадстаўленне ў КФН інфармацыі аб колькасці і характары зваротаў, якія сведчаць аб парушэнні Закона аб плацежных паслугах.

## **II.6. Падаткаабкладанне і віды падаткаў**

Асноўныя выдаткі любой дзяржавы фінансуюцца за кошт падаткаў. У краінах з развітой рынковай эканоміяй 70–90% даходаў дзяржаўнага бюджэту складаюць падаткі з насельніцтва, асабістых даходаў жыхароў краіны, 10–25% – з капіталу і маёмасці. Падаткаабкладанне, якое ажыццяўляецца дзяржавай праз свае інстытуцыі, мае назву *фіскальнай палітыкі*.

Падаткі рэгулююцца канстытуцыяй і заканадаўствам адпаведнай дзяржавы. Яны падзяляюцца на дзве асноўныя групы: *прамыя (непасрэдныя) і ўскосныя*. Прамыя падаткі – гэта такія падаткі, што бяруцца непасрэдна з даходаў людзей, і найважнейшы з іх – падаходны. Ускосныя падаткі – гэта такія падаткі, што бяруцца з выдаткаў.

Два найбольш важныя ўскосныя падаткі, якія бяруцца ў краінах з рынкавай эканомікай – гэта *падатак на дададзеную вартасць* (ПДВ, англ. VAT) і *акцызны падатак*. ПДВ – гэта падатак паводле кошту, г. зн. ён вызначаецца як працэнт ад цаны продажу тавару. Акцызны падатак – гэта спецыфічны падатак, які вызначаецца з разліку на адзінку тавару, незалежна ад яго цаны: напрыклад, аднолькавы акцызны падатак бярэцца з літра віна незалежна ад віду гэтага прадукту.

ПДВ бярэцца з большасці тавараў, з выняткам некаторых тавараў першай неабходнасці. Акцызны падатак бярэцца пераважна з алкаголю, тытуню і бензіну. ПДВ спаганяецца пасля акцызу, і такім чынам пакупнік у канчатковым рахунку плаціць падатак на падатак.

Пералік падаткаў, якія, паводле стану на 2020 год, існуюць у Беларусі і Польшчы, пададзены ніжэй у выглядзе табліцы.

*Табліца. Падаткі ў Беларусі і Польшчы*

<i>Рэспубліка Беларусь</i>	<i>Рэспубліка Польшча</i>
<i>Прамыя падаткі</i>	
<p><b><i>Падаткі ў дзяржаўную казну:</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– падаходны падатак з фізічных асоб (асноўная стаўка – 13%);</li> <li>– падатак на нерухомасць;</li> <li>– падатак на прыбытак юрыдычных асоб (прадпрыемстваў, стаўка – 18%);</li> <li>– падатак за здабычу (выманне) прыродных рэсурсаў;</li> <li>– зямельны падатак;</li> <li>– экалагічны падатак;</li> <li>– афшорны збор;</li> <li>– гербавы збор;</li> <li>– консульскі збор;</li> <li>– дзяржаўная пошліна;</li> <li>– патэнтныя пошліны;</li> </ul>	<p><b><i>Падаткі ў дзяржаўную казну:</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– падаходны падатак на фізічных асоб (PIT; мінімальная стаўка – 18%);</li> <li>– падатак на нерухомасць;</li> <li>– падаходны падатак на юрыдычныя асобы (CIT, стаўкі падатку ад 9 да 19%);</li> <li>– сельскагаспадарчы падатак;</li> <li>– лясны падатак;</li> <li>– падатак на спадчыну і ахвяраванне;</li> <li>– падатак на грамадзянска-праўныя аперацыі;</li> <li>– падатак на транспартныя сродкі;</li> <li>– падатак на валоданне сабакам.</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>– мытныя пошліны і мытныя зборы, мытныя плацяжы адносна тавараў для асабістага карыстання;</li> <li>– утылізацыйны збор;</li> <li>– падатак на даходы замежных арганізацый, якія не ажыццяўляюць дзейнасць у Рэспубліцы Беларусь праз пастаяннае прадстаўніцтва.</li> </ul> <p><b>Мясцовыя падаткі і зборы:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– падатак на валоданне сабакам</li> <li>– курортны збор</li> <li>– збор з нарыхтоўшчыкаў</li> </ul>	
<i>Ускосныя падаткі</i>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– падатак на дададзеную вартасць (ПДВ; базавая стаўка – 20%) і акцызны падатак (стаўкі на алкаголь – да 21,62%; на курыльныя вырабы – да 122,6%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– падатак на дададзеную вартасць (VAT; базавая стаўка – 23%) і акцызны падатак (стаўкі на алкаголь – да 6275 злотых на 100 л вырабу; на курыльныя вырабы – 228,1 злотых на 1000 цыгарэт);</li> <li>– падатак на гульні (стаўкі падатку – 10–20%)</li> </ul>

Падаткі кшталту ПДВ і акцызу звычайна называюць *рэгрэсіўнымі*, бо яны паглынаюць значную частку даходаў катэгорый насельніцтва з адносна невысокімі заробкамі.

Трэба, аднак, зазначыць, што ў Беларусі з юрыдычных і фізічных асоб фактычна спаганяецца шэраг ускосных падаткаў, не прарысаных у канстытуцыі і падатковым заканадаўстве. Так, прыватнае выдавецтва, надрукаваўшы кнігу некамерцыйнага прызначэння (напрыклад, навуковую манаграфію) накладам 100 экзэмпляраў, павінна ў якасці абавязковай рассылкі 13 асобнікаў гэтай кніжкі бясплатна перадаць у дзяржаўную Кніжную палату, Нацыянальную бібліятэку і інш. устано-

вы. Гэта ў рэальнасці азначае, што, у дадатак да вызначаных заканадаўствам падаткаў, выдавец мусіць сплаціць дзяржаве яшчэ 13% падатку. Фактычна ўскоснымі падаткамі з'яўляюцца рэгулярныя зборы з бацькоў навучэнцаў на рамонт школы, прымусовая падпіска на дзяржаўныя друкаваныя выданні і г. д.

Хоць *дзяржаўнае страхаванне* афіцыйна не класіфікуецца як падатак, страхавыя ўзносы паводле сваёй сутнасці з'яўляюцца *прапарцыйным падаткам*, г. зн. дзяржстрахаванне бярэ фіксаваны працэнт даходаў усіх катэгорый працаўнікоў. У Беларусі абавязковае дзяржаўнае страхаванне ўстаноўлена на жылыя памяшканні, аўтамабілі; абавязковымі з'яўляюцца адлічэнні ў фонды сацыяльнай абароны насельніцтва, на выпадак страты здароўя і інш. У Польшчы паводле дзейнага заканадаўства абавязковым з'яўляецца толькі страхаванне ўладальнікаў транспартных сродкаў, сялян-вытворцаў і будынкаў, якія ўваходзяць у склад індывідуальнай сельскай гаспадаркі.

### **Заданні і пытанні з падручніка Дж. Бэрдшоў «Эканоміка», ч. 1 і 2:**

1. Абмяркуйце, наколькі прыдатная тая ці іншая рэч, каб выконваць функцыі грошай:

- а) золата;
- б) ікра;
- в) дьяменты;
- г) медзь;
- д) буйная рагатая жывёла.

2. У якой меры банкаўскія дэпазіты валодаюць уласцівасцямі грошай?

3. Што такое фінансавыя пасярэднікі? Чым дзейнасць банкаў у сферы пераводу грошай адрозніваецца ад іх ролі ў якасці фінансавага пасярэдніка?

4. Пералічыце фінансавыя ўстановы, якія можна знайсці на тыповай бізнэс-вуліцы. Якія з іх банкаўскія, а якія не банкаўскія ўстановы? Якія віды паслуг яны прапануюць?

5. Банкір можа сказаць: «Мае банкаўскія кнігі заўсёды збалансаваныя. Мы проста пазычаем частку ашчаджэнняў укладнікаў інвестарам. Мы не ствараем грошай». У якой меры ён кажа праўду?

6. Калі банк пазычае грошы, ён адкрывае рахунак на імя даўжніка. Дапусцім, што даўжнік здымае ўсе грошы. Пакажыце, як гэта адаб'ецца па банкаўскай балансавай справаздачы.

7. Уявіце сабе, што вы атрымалі спадчыну 1000 фунтаў у выглядзе залатых манет. Вы будзеце захоўваць яе ў такім выглядзе ці памяняеце на грошы і пакладзеце іх на банкаўскі рахунак? Абгрунтуйце свой адказ.

8. Пералічыце фактары, якія абмяжоўваюць здольнасць банка ствараць крэдыт.

9. Як вы ацэньваеце значэнне грашовага рынку?

10. Назавіце асноўныя функцыі, якія выконваюць цэнтральныя банкі.

11. Параўнайце ўплыў ускоснага падатку на рынку персікаў з падобным падаткам на рынку бульбы.

12. Падбярыце 5 розных тыпаў падаткаў і запішыце іх у парадку прагрэсіўнасці. Дайце вашу ацэнку іх параўнальнага значэння для дзяржаўнага бюджэту.

13. Якая рэформа падаткаабкладання, на вашу думку, паляпшыла б цяперашнюю сістэму падаходных падаткаў і выдаткаў праз сістэму дзяржаўнага забеспячэння?

## III. РЫНАК ПРАЦЫ

*Рынак працы – эканамічнае асяроддзе, у якім у выніку канкурэнцыі паміж эканамічнымі агентамі праз механізм попыту і прапановы ўсталёўваецца пэўны аб'ём занятасці і ўзровень аплаты працы.*

### III.1. Сутнасць і функцыі рынку працы

Рынак працы (працоўнай сілы) з'яўляецца важнай шматпланавай сферай эканамічнага і эканамічна-палітычнага жыцця грамадства. На рынку працы ацэньваецца кошт працоўнай сілы, вызначаюцца ўмовы яе найму, у тым ліку памеры зароботнай платы, умовы працы, гарантыя занятасці, магчымасць атрымання адукацыі, прафесійнага росту і г. д.

*Функцыі рынку працы* вызначаюцца роляю працы ў жыцці грамадства. З эканамічнага пункту погляду праца – найважнейшы вытворчы рэсурс. У адпаведнасці з гэтым вылучаюцца дзве галоўныя функцыі рынку працы:

- *сацыяльная функцыя* заключаецца ў забеспячэнні нармальнага ўзроўню даходаў і дабрабыту людзей, нармальнага ўзроўню ўзнаўлення вытворчых здольнасцяў працаўнікоў;
- *эканамічная функцыя* рынку працы палягае ў рацыянальным прыцягненні, размеркаванні, рэгуляванні і выкарыстанні працы.

### III.2. Попыт і прапанова працоўнай сілы

*Попыт на працоўную сілу* вызначаецца патрэбамі працадаўцаў у найманні пэўнай колькасці працаўнікоў неабходнай кваліфікацыі для вытворчасці тавараў і паслуг.

Попыт на працоўную сілу знаходзіцца ў адваротнай залежнасці ад стаўкі рэальнай зароботнай платы, якая вызначаецца

ца як стасунак намінальнай зарплаты да ўзроўню коштаў. На канкурэнтным рынку працы крывая попыту на працу мае адмоўны вугал нахілу: па меры росту агульнага ўзроўню зароботнай платы попыт на працу падае.

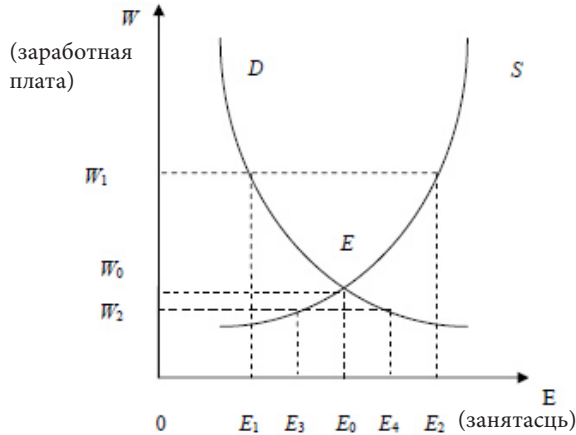
*Прапанова працы* вызначаецца колькасцю насельніцтва, доляй працаздольнага насельніцтва ў ім, сярэдняй колькасцю гадзін, адпрацаваных працаўніком за год, якасцю працы і кваліфікацыяй рабочых.

Прапанова працы залежыць ад памеру зароботнай платы. Крывая прапановы працы мае станоўчы вугал нахілу: па меры росту агульнага ўзроўню зароботнай платы прапанова працы павялічваецца.

### **III.3. Мадэлі рынку працы**

У сучасных эканамічных тэорыях рынак працы – гэта рынак, дзе рэалізуецца адзін з іншых вытворчых рэсурсаў. Тут можна вылучыць чатыры асноўныя канцэптualьныя падыходы да аналізу функцыянавання сучаснага рынку працы.

У падмурку першай канцэпцыі ляжаць пастулаты класічнай палітэканоміі. Прыхільнікі гэтай канцэпцыі мяркуюць, што рынак працы, як усе іншыя рынкі дзейнічаюць на аснове цэнавага раўнавагі, г. зн. асноўным рынкавым рэгулятарам служыць кошт – у гэтым выпадку рабочай сілы (зароботная плата). Менавіта з дапамогай зароботнай платы, на іх думку, рэгулюецца попыт і прапанова працоўнай сілы, падтрымліваецца іх раўнавага. Інвестыцыі ў адукацыю і кваліфікацыю (у чалавечы капітал) – гэта аналагі інвестыцый у машыны і абсталяванне. Згодна з мадэллю коштавай раўнавагі, індывід «інвестуе ў кваліфікацыю» да таго часу, пакуль не паніжаецца норма прыбытку на гэтыя ўкладанні. З неакласічнай канцэпцыі вынікае, што цана на працоўную сілу эластычна рэагуе на патрэбы рынку, павялічваючыся або змяншаючыся ў залежнасці ад попыту і прапановы, а беспрацоўе немагчымае, калі на рынку працы існуе раўнавага.



Рыс. 1. Класічная мадэль рынку працы

Іншага падыходу да тлумачэння функцыянавання рынку працы прытрымліваюцца кейнсіянцы і манетарысты. У адрозненне ад неакласікаў яны разглядаюць рынак працы як з'яву пастаяннай і фундаментальнай нераўнавагі.

*Кейнсіянская мадэль*, у прыватнасці, зыходзіць з таго, што кошт працоўнай сілы (зароботная плата) дакладна фіксаваны і практычна не змяняецца (асабліва ў бок змяншэння). Гэты элемент ніяк не даказваецца, ён бярэцца як безумоўны факт. Паколькі ж кошт паводле гэтай канцэпцыі не з'яўляецца рэгулятарам рынку, такі рэгулятар павінен быць прыўнесены звонку. Яго роля адводзіцца дзяржаве, якая, змяняючы або павялічваючы сукупны попыт, можа гэтую нераўнавагу ліквідаваць.

Гэтак сама як і прыхільнікі кейнсіянскага падыходу, прадстаўнікі *школы манетарыстаў* (перш за ўсё Мілтан Фрыдман<sup>1</sup>) зыходзяць з цвёрдай структуры цэнаў на працоўную сілу, больш

<sup>1</sup> Мілтан Фрыдман (1912–2006) – амерыканскі эканаміст, лаўрэат Нобелеўскай прэміі.

за тое – з перадумовы іх аднаскіраванага, падвышальнага руху. Манетарыстамі ўводзіцца паняцце *пэўнага натуральнага ўзроўню беспрацоўя*, які адлюстроўвае структурныя характарыстыкі рынку працы, робіць кошты на ім неэластычнымі – такімі, якія перашкаджаюць нармальнаму яго функцыянаванню, пагаршаюць яго нераўнавагу і, адпаведным чынам, беспрацоўе.

Яшчэ адзін распаўсюджаны падыход да механізму функцыянавання рынку працы створаны *школай інстытуцыяналістаў*. Асноўная ўвага ў ёй надаецца аналізу прафесійных і галіновых адрозненняў у структуры працоўнай сілы і адпаведных узроўняў заробтнай платы. Тут прасочваецца адыход ад макраэканамічнага аналізу і *спроба растлумачыць характар рынку асаблівасцямі дынамікі асобных галін*, прафесійных і дэмаграфічных груп.

І, нарэшце, у *марксісцкай эканамічнай тэорыі* рынак працы вызначаецца як рынак адмысловага кшталту. Яго адрознівае ад іншых розніца тавару пад назвай «працоўная сіла» і фізічнага капіталу. Калі працоўная сіла ў працэсе сваёй працы стварае вартасць, то ўсе іншыя віды рэсурсаў толькі пераносяцца на новую вартасць самой працай. На падставе гэтага марксісты мяркуюць, што рынак працоўнай сілы, хоць і падпарадкоўваецца агульным рынкавым заканамернасцям, мае істотныя асаблівасці, паколькі сама працоўная сіла як суб'ектыўны чыннік вытворчасці, з'яўляючыся таварам, у той жа час актыўна ўплывае на суадносіны попыту і прапановы, на сваю рынкавую вартасць.

Такім чынам, *рынак працы*, у цэлым падпарадкоўваючыся законам попыту і прапановы, паводле многіх прынцыпаў механізму свайго функцыянавання ўяўляе сабой *рынак адмысловага кшталту, які мае шэраг істотных адрозненняў ад іншых тавараў рынку*. Рэгулятарам тут з'яўляюцца фактары не толькі макра- і макраэканамічныя, але і сацыяльныя і сацыяльна-псіхалагічныя, і яны далёка не заўсёды маюць дачыненне да кошту працоўнай сілы – заробтнай платы.

У рэальным эканамічным жыцці на дынаміку рынку працы ўздзейнічае шэраг чыннікаў, якія ўплываюць як на прапанову працоўнай сілы, так і на попыт на яе. Так, *прапанова працоўнай сілы вызначаецца ў першую чаргу фактарамі дэмаграфічнымі* – узроўнем нараджальнасці, тэмпамі росту працаздольнага насельніцтва, яго полаўзроставай структурай.

Акрамя дэмаграфічнага, важным фактарам дынамікі рынка з’яўляецца ступень эканамічнай актыўнасці розных дэмаграфічных і этнічных груп працаздольнага насельніцтва. Напрыклад, хуткае ўцягванне жанчын у склад працоўнай сілы, абумоўленае актывізацыяй іх сацыяльнай ролі, прывяло да росту прапановы працоўнай сілы.

Сур’ёзны ўплыў на дынаміку працоўнай сілы аказваюць працэсы іміграцыі. У ЗША яна складае ў сярэднім 20% прыросту насельніцтва краіны. Акрамя легальных, у ЗША пражываюць некалькі мільёнаў нелегальных імігрантаў, збольшага выхадцаў з краін Лацінскай Амерыкі. Зразумела, што працэс іміграцыі ў краіну павялічвае агульную прапанову працоўнай сілы на рынку працы і ўзмацняе на ім канкурэнцыю.

### **III.4. Змены ў структуры працоўнай сілы**

Да *працоўнай сілы* статыстыка ў развітых краінах звычайна адносіць *усіх занятых* (уключаючы вайскоўцаў) і *беспрацоўных*. Сінонімам паняцця з’яўляецца катэгорыя «эканамічна актыўнае насельніцтва». У статыстыцы таксама вылучаецца *грамадзянская (цывільная) працоўная сіла*, якая выключае вайскоўцаў.

У тых зменах, што маюць месца ў галіновай структуры працоўнай сілы ў апошнія дзесяцігоддзі, прасочваюцца дзве найважнейшыя тэндэнцыі: *рэзкае скарачэнне колькасці занятых у сельскай гаспадарцы і істотнае павелічэнне іх у сферы паслуг*, у сувязі з яе пашырэннем і ператварэннем ў дамінантную сферу прыкладання грамадскай працы.



Яшчэ ў 70–80-х гадах ХХ ст. адбыўся таксама *паскораны рост занятасці ў навукаёмістых галінах эканомікі*. Занятасць тут павялічвалася ў два разы хутчэй, чым у прамысловасці ў цэлым. Але, напрыклад, у Расіі пакуль што галіновая структура занятасці прама процілеглая той, што склалася ў развітых краінах: у матэрыяльнай вытворчасці там занята 54% ад агульнай колькасці працоўнай сілы, а ў сферы паслуг – толькі 46%.

Заўважаецца эвалюцыя таксама прафесійна-кваліфікацыйнага складу працоўнай сілы. Само паняцце «прафесійна-кваліфікацыйная структура працоўнай сілы» неадназначнае. Яна ўключае тры самастойныя, хоць і шчыльна звязаныя паміж сабой паняцці:

- *прафесійная структура* – сукупнасць прадстаўнікоў розных прафесій і прафесійных груп;
- *кваліфікацыйная структура* – сукупнасць працаўнікоў розных узроўняў кваліфікацыі.
- *кваліфікацыя розных прафесій* уяўляе сабой набор патрэбных для выканання адпаведнай працы навыкаў, ведаў, досведу, іншых кампанентаў кваліфікацыі.

Асабліва хутка павялічваецца колькасць спецыялістаў прынцыпова новых прафесій, звязаных з развіццём навукова-тэхнічнага прагрэсу: аналітыкаў сістэм, спецыялістаў у галіне геннай інжынерыі, інжынераў па электронна-вылічальнай тэхніцы. У той жа час, укараненне кампутараў і іншай інфармацыйнай тэхнікі скарачае патрэбнасць у шэрагу катэгорый высокакваліфікаваных службоўцаў і ніжэйшага кіраўніцкага персаналу, занятых зборам, сістэматызацыяй і першаснай апрацоўкай эканамічнай інфармацыі.

Ведучы размову пра кваліфікаваную структуру, неабходна адзначыць, што *характэрнай рысай якаснай эвалюцыі сучаснай рабочай сілы з’яўляецца рост яе адукацыйнага ўзроўню*.

Навукова-тэхнічная рэвалюцыя выклікае неадназначныя зрухі ў кваліфікацыі працоўнай сілы. У прынцыпе ўздзеянне

новай тэхналогіі на змест працы можа быць трох відаў – у выніку ўкаранення могуць быць ліквідаваны некаторыя вытворчыя функцыі, створаны новыя функцыі і, урэшце, самі функцыі, захаваўшыся, могуць быць перададзены машыне.

*Асноўны напрамак эвалюцыі, якая адбываецца ў змесце кваліфікацыі, выяўляецца ў пераходзе ад пераважна фізічнай працы, якая палягае ў ручным кіраванні станкамі і агрэгатамі, да пераважна нефізічнай працы, якая выяўляецца ў *аналізе і кантраляванні вытворчых працэсаў*. Зразумела, гэта толькі тэндэнцыя, у такім становішчы знаходзіцца яшчэ меншасць працоўных, паколькі новая тэхналогія не з'яўляецца дамінантнай.*

### **III.5. Асаблівасці рынку працы**

Асаблівасць нацыянальнага рынку працы палягае ў тым, што ў ім не можа быць дасягнуты стан поўнай занятасці насельніцтва. Гэта звязана з тым, што для развіцця нацыянальнай эканомікі неабходная наяўнасць незадзейнічаных ці яшчэ не засвоеных рэсурсаў, да ліку якіх адносяцца працоўныя рэсурсы. Наяўнасць свабодных працоўных рэсурсаў, не задзейнічаных у эканоміцы, дазваляе ёй развівацца. Пры татальнай занятасці развіццё або цалкам спыняецца, або адбываецца павольнымі тэмпамі.

У дачыненні да рынку працы вылучаюцца наступныя катэгорыі насельніцтва:

- *эканамічна неактыўная частка насельніцтва*. Гэта насельніцтва, якое не выконвае ніякіх эканамічных функцый або з прычыны прыналежнасці да непрацаздольнага ўзросту, або ў выніку няздольнасці да яе паводле фізічных прычын (інваліды). Яно не ўдзельнічае ў функцыянаванні эканомікі, а таму не разглядаецца як частка рынку працы;

- *эканамічна актыўная частка насельніцтва*. Гэта насельніцтва, якое прымае актыўны ўдзел у эканамічнай дзейнасці,

знаходзіцца ў працаздольным узросце і валодае фізічнымі магчымасцямі да ажыццяўлення эканамічнай дзейнасці. Яго падзяляюць на насельніцтва занятае і не занятае ў нацыянальнай эканоміцы. Рынак працы складаецца менавіта з гэтай другой групы насельніцтва, якая і вызначае яго функцыянаванне.

*На асаблівасці функцыянавання рынку працы аказваюць ўплыў:*

- дынаміка аплаты працы;
- стан нацыянальнай эканомікі. Рынак працы з'яўляецца адным з тых, што найбольш паддаюцца ўплыву іншых рынкаў. Напрыклад, змяненне кошту спажывецкіх тавараў непазбежна прывядзе да змянення ўзроўню аплаты працы;
- дынаміка даходаў, якія не фарміруюцца пад уплывам рынку працы. Напрыклад, рост аб'ёмаў дапамог на дзіця прывядзе да змены стану рынку працы;
- дынаміка забавляльных перавагаў насельніцтва;
- змена псіхалагічнага ўспрымання пэўных прафесій. Напрыклад, зніжэнне прэстыжу пэўнай прафесіі прывядзе да трансфармацыі рынку працы;
- дынаміка дэмаграфічнай сітуацыі.

Такім чынам, рынак працы – *асноватворны элемент нацыянальнай эканомікі*. Ад яго дынамікі і стану залежыць функцыянаванне нацыянальнай эканомікі. У працэсе свайго функцыянавання ён падпадае пад уплыў мноства фактараў.

### **III.6. Фактары, якія ўплываюць на попыт і прапанову на рынку працы**

Асноўны паказчык рынку працы – гэта *аплата працы*, якая вызначаецца ў тым ліку зыходзячы з сукупнага кошту выгодаў, неабходных для забеспячэння нармальнай жыццядзейнасці чалавека. Гэты пункт з'яўляецца адпраўным – тым, ніжэй за які немагчымае ўстанаўленне зароботнай платы. Канчатковы ўзровень аплаты працы вызначаецца пад уздзеяннем мноства

чыннікаў, да асноўных сярод якіх належаць попыт і прапанова на рынку працы.

Да асноўных фактараў, пад уплывам якіх фарміруецца памер аплаты працы, адносяцца:

- узроставая і полавая структура рынку працы. Вялікі ўплыў на рынак працы аказвае колькасць на ім людзей розных узроставак і палавых груп;

- узровень жыцця насельніцтва;
- характар інтэнсіўнасці грамадскай працы;
- прадукцыйнасць грамадскай працы;
- узровень сацыяльна-эканамічнага развіцця нацыянальнай эканомікі;
- узровень навукова-тэхнічнага развіцця нацыянальнай эканомікі;
- геаграфічнае, прыроднае і кліматычнае размяшчэнне працоўных рэсурсаў.

*Попыт на рынку працы фарміруецца пад уплывам наступных фактараў:*

- структуры грамадскай вытворчасці;
- узроўню развіцця і маштабаў структуры грамадскай вытворчасці;
- дамінантных формаў грамадскай вытворчасці;
- аб'ёмаў грамадскай вытворчасці;
- узроўню навукова-тэхнічнага развіцця і аснашчанасці нацыянальнай эканомікі;
- тэмпаў росту і развіцця нацыянальнай эканомікі.

*Прапанова на рынку працы фарміруецца пад уплывам наступных асноўных фактараў:*

- сярэдняга ўзроўню аплаты працы;
- колькасці насельніцтва і ў цэлым дэмаграфічнай сітуацыі;
- прафесійнай структуры рынку працы (выяўляецца ў празмернасці або недахопе пэўных прафесій);
- мабільнасці насельніцтва;

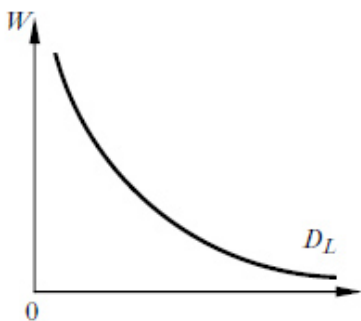
– етнічних, релігійних, культурних, психалагічних асаблі-  
васцяў насельніцтва.

Суб'ектамі попыту на рынку працы выступаюць бізнэс і дзяржава, а суб'ектамі прапановы – хатнія гаспадаркі.

На рынку дасканалай канкурэнцыі колькасць працаўнікоў, якія наймаюцца прадпрымальнікам, вызначаецца двума паказчыкамі – памерам зароботнай платы і гранічным прадуктам працы ў грашовым эквіваленце.

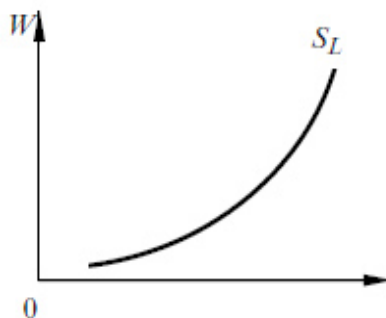
Прыцягненне дадатковай адзінкі працы спыніцца, калі гэты паказчыкі зраўняюцца, г. зн.  $MRP_L = W$ .

Функцыянальная залежнасць паміж велічынёй зароботнай платы і аб'ёмам попыту на працу выяўляецца ў выглядзе крывой попыту на працу (рыс. 2).



Рыс. 2. Кривая попыту на працу:

$W$  – стаўка зароботнай платы;  
 $L$  – велічыня запатрабаванай працы;  
 $D_L$  – кривая попыту на працу.

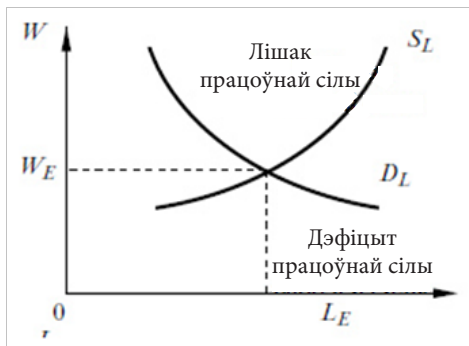


Рыс. 3. Кривая прапановы працы:

$W$  – стаўка зароботнай платы;  
 $L$  – велічыня запатрабаванай працы;  
 $S_L$  – кривая прапановы працы

Прапанова працы таксама залежыць ад памеру зароботнай платы, атрыманай за прадукцыйныя паслугі. Прадаўцы на рынку працы ва ўмовах дасканалай канкурэнцыі імкнуцца павялічыць прапанову пры росце зароботнай платы. Таму кривая прапановы працы мае станоўчы нахіл (рыс. 3).

Аб'яднаўшы абодва графікі – крывой попыту і крывой прапановы, атрымаем пункт перасячэння  $E$ , у якім попыт на працу роўны прапанове працы, г. зн. *рынак працы знаходзіцца ў раўнаважкім стане* (рыс. 4). Гэта азначае, што ўсе прадпрыемствы, згодныя плаціць зароботную плату, знаходзяцца на рынку неабходную колькасць працы, іх попыт на працу задаволены цалкам. У стане рынкавай раўнавагі цалкам працаўладкаваныя і ўсе працаўнікі, якія хочуць прапанаваць свае паслугі пры зароботнай плаце  $W_E$ . Таму пункт  $E$  вызначае стан поўнай занятасці. Пры любой іншай велічыні зароботнай платы, адрознай ад  $W_E$ , раўнавага на рынку працы парушаецца. Пры супадзенні попыту на працу і прапановы працы *зароботная плата выступае як кошт раўнавагі на рынку працы*.



Рыс. 4. Раўнавага на канкурэнтным рынку працы  
(На схеме паказаны абсягі лішку працоўнай сілы і дэфіцыту працоўнай сілы).

Калі стаўка зароботнай платы вышэйшая за ўзровень раўнаважкі, прапанова на рынку працы перавышае попыт. У гэтай сітуацыі адбываецца адхіленне ад стану поўнай занятасці, працоўных месцаў не хапае на ўсіх ахвотных прадаць сваю працу пры высокай зароботнай плаце. Узнікае лішак прапановы працы.

У выпадку зніжэння стаўкі зароботнай платы ў параўнанні з раўнаважкай попыт на рынку працы перавышае прапанову. У выніку гэтага ўтвараюцца незапоўненыя працоўныя месцы з прычыны недахопу працаўнікоў, згодных на больш нізкую зароботную плату.

Абедзве гэтыя сітуацыі (беспрацоўе і наяўнасць незанятых працоўных месцаў) не могуць быць устойлівымі (доўгатэрміновымі), яны карэктуюцца рынкавым механізмам у напрамку аднаўлення стану поўнай занятасці.

Такім чынам, рынак працы развіваецца, як і любы рынак, паводле законаў попыту і прапановы, раўнавага на ім аднаўляецца, а працяглага беспрацоўя ў прынцыпе не можа быць.

Аднак беспрацоўе існуе. Пры гэтым наяўнасць устойлівага беспрацоўя сведчыць толькі пра тое, што на рынку працы адсутнічаюць умовы дасканалай канкурэнцыі: вольны пераліў рэсурсаў на розных сегментах рынку працы, эластычная зароботная плата, дасканалае інфармацыя і г. д. На рынку працы прысутнічаюць так званыя *пазаканкурэнтныя фактары*, да якіх варта аднесці розныя інстытуты. Па-першае, да іх адносіцца дзяржава, якая актыўна рэгулюе рынак працы, пазбаўляючы зароботную плату рынкавай эластычнасці. Па-другое, гэта прафсаюзы, якія аказваюць вялікі ўплыў на ўзровень зароботнай платы ў напрамку яе павышэння ў параўнанні са збалансаваным узроўнем. Па-трэцяе, буйныя карпарацыі імкнуцца да ўстанаўлення параўнальна стабільнай ў часе стандартнай стаўкі зароботнай платы, адмаўляючыся занадта часта пераглядаць яе ў залежнасці ад суадносінаў попыту і прапановы на рынку працы.

### **3 падручніка Дж. Бэрдшоў «Эканоміка», ч. 2:**

1. *Самае вядомае азначэнне поўнай занятасці даў Беверыдж<sup>1</sup>: 3% беспрацоўных. Аднак гэтае азначэнне*

---

<sup>1</sup> Уільям Беверыдж (1879–1963) – брытанскі эканаміст, распрацоўшчык тэорыі «эканомікі дабрабыту».

ўскладняюць рэгіянальныя адрозненні і неадпаведнасць прафесійнай кваліфікацыі. Не менш складана даць азначэнне поўнай занятасці на аснове колькасці беспрацоўных і вакансій.

2. Ёсць шмат тыпаў ці чыннікаў беспрацоўя: фрыкцыйнае, сезоннае, структурнае, цыклічнае і тэхналагічнае. Структурнае і цыклічнае беспрацоўе – легітымныя мэты дзяржаўнай палітыкі.

3. Шэраг важкіх прычын змушае ўрады праводзіць спецыяльную палітыку ў дачыненні да рэгіянальнага беспрацоўя. Але эфектыўнасць такой палітыкі аспрэчваецца.

4. Шмат прычын абумовіла цяперашні высокі ўзровень беспрацоўя. Але якім чынам пазбыцца яго – пытанне вельмі дыскусійнае.

### **III.7. Дзяржаўныя органы на пытаннях занятасці ў Беларусі і Польшчы**

*Дзяржаўная служба занятасці насельніцтва Рэспублікі Беларусь*

Гэтая служба не з'яўляецца самастойнай дзяржаўнай структурай: яна падпарадкавана міністэрству працы і сацыяльнай абароны. Паводле дзейнага заканадаўства, гэтая служба павінна ажыццяўляць:

- ацэнку стану і прагназаванне развіцця занятасці насельніцтва, інфармаванне аб становішчы на рынку працы;
- распрацоўку і рэалізацыю дзяржаўнай і іншых праграм садзейнічання занятасці насельніцтва;
- садзейнічанне грамадзянам у пошуку працы, а наймальнікам – у падборы неабходных супрацоўнікаў;
- арганізацыю прафесійнай арыентацыі, прафесійнай падрыхтоўкі, перападрыхтоўкі, павышэння кваліфікацыі і засваення зместу адукацыйнай праграмы навучальных курсаў беспрацоўнымі і іншымі катэгорыямі грамадзян;



- рэгістрацыю грамадзян беспрацоўнымі і ажыццяўленне сацыяльных выплат ў выглядзе дапамогі па беспрацоўі, стыпендыі ў перыяд навучання па накіраванні органаў працы, занятасці і сацыяльнай абароны; аказанне матэрыяльнай дапамогі беспрацоўным і членам іх сем'яў, якія знаходзяцца на іх утрыманні;

- вядзенне ўліку свабодных працоўных месцаў (вакансій) і грамадзян, якія звяртаюцца па пытаннях працаўладкавання;

- аказанне паслуг па працаўладкаванні і прафесійнай арыентацыі звольненых працаўнікоў і незанятага насельніцтва;

- павышэнне эканамічнай зацікаўленасці наймальнікаў у захаванні дзеючых і стварэнні новых працоўных месцаў, прадастаўленні працоўных месцаў для набыцця беспрацоўнымі досведу практычнай работы;

- садзейнічанне беспрацоўным у арганізацыі прадпрымальніцкай дзейнасці, дзейнасці па аказанні паслуг у сферы аграэкатурызму, рамеснай дзейнасці;

- арганізацыю работы па перасяленню беспрацоўных і членаў іх сем'яў у сувязі з пераездам у іншую мясцовасць на новае месца жыхарства і работы;

- садзейнічанне арганізацыі аплатных грамадскіх работ;

- арганізацыю кантролю за выкананнем заканадаўства аб занятасці насельніцтва;

- садзейнічанне беспрацоўным у набыцці досведу практычнай працы і інш.

### *Дзяржаўная інспекцыя працы ў Польшчы*

Дзяржаўная інспекцыя працы Польшчы – гэта падпарадкаваны Сейму орган, які кантралюе і наглядае за выкананнем заканадаўства аб працы, у прыватнасці палажэнняў і прынцыпаў аховы працы. Інспекцыя праводзіць планавыя і разавыя праверкі асоб, занятых на працоўных месцах. Яна дае бясплатныя кансультацыі па працоўным заканадаўстве, клапаціцца аб правах працаўнікоў.

Задачай Дзяржаўнай інспекцыі працы з'яўляецца кантраляванне якасці працоўных месцаў і кантроль за выкананнем заканадаўства аб працы, у яе кампетэнцыю ўваходзяць, у прыватнасці:

- правілы і нормы бяспекі,
- палажэнні аб працоўных адносінах, аплаце працы і іншых выплатах, якія вынікаюць з працоўных адносінаў;
- працягласць працоўнага часу;
- парадак працы ва ўстаноўленыя дзяржавай выхадныя дні і святы;
- правы працаўнікоў, звязаныя з бацькоўствам,
- працаўладкаванне падлеткаў і інвалідаў.

Інспекцыя аналізуе прычыны няшчасных выпадкаў ды ўзнікненне няшчасных выпадкаў і прафесійных захворванняў. Разам з іншымі органамі ўлады яна кантралюе захаванне працадаўцамі палажэнняў аб процідзеянні пагрозам навакольнаму асяроддзю. З нядаўняга часу да правоў інспекцыі дададзены і спецыяльны кантроль за законнасцю працаўладкавання, іншай прыбыткавай працы або дзейнасці, у тым ліку замежных грамадзян.

Кантролю ў галіне аховы працы і законнасці занятасці падпарадкоўваюцца ўсе працадаўцы і непрацадаўцы, з якімі маюць дачыненне фізічныя асобы, у тым ліку і самазанятасці, незалежна ад падставы для забеспячэння працы.

Непасрэдна кантролем за выкананнем вышэйназваных палажэнняў на месцах, у тым ліку і па скаргах працаўнікоў, займаюцца адмыслова прызначаныя *інспектары працы*, якім, па водле заканадаўства, даюцца шырокія паўнамоцтвы.

### **Заданні і пытанні да тэмы**

1. Прааналізуйце, выкарыстоўваючы інфармацыйныя крыніцы, асноўныя меры і паказчыкі рынку працы ў вызначанай краіне, у тым ліку ўзровень актыўнасці, узровень занятасці і ўзровень беспрацоўя;

2. Раствлумачце механізм попыту і прапановы на рынку працы і выявіце фактары, якія ўплываюць на баланс на рынку працы;

3. Прапануйце метады пошуку працы і ацаніць іх карыснасць і эфектыўнасць з пункту погляду ўласнай кар’еры;

4. Прааналізуйце ўласныя патэнцыйныя кампетэнцыі і магчымасці для атрымання прафесійнага досведу ў выглядзе валанджёрства, вучнёўства ці стажыроўкі і пошуку працы на мясцовым, рэгіянальным, нацыянальным і міжнародным рынку;

6. Распрацуйце і прадстаўце дакументы-заявы адносна канкрэтнай прапановы аб працы;

7. Падрыхтуйцеся да змадэляванага інтэрв’ю наконт атрымання працоўнага месца і паўдзельнічаць у ім, заўважаючы асноўныя памылкі, дапушчаныя падчас інтэрв’ю;

8. На аснове аналізу палажэнняў Працоўнага кодэкса Рэспублікі Беларусь<sup>1</sup> пералічыце віды адпачынку працаўніка;

9. Якімі вам бачацца прынцыпы добрай арганізацыі і аховы працы на любым працоўным месцы? Апішыце такое працоўнае месца.

10. Апішыце ролю прафсаюзаў у абароне правоў працаўнікоў, ацаніце этычныя і неэтычныя паводзіны як працадаўцаў, так і працаўнікоў, а таксама вызначце магчымыя наступствы найму без працоўнай дамовы (кантракта).

11. Якія вы ведаеце формы найму і віды працоўных дамоваў? Вызначце перавагі выбару канкрэтнай формы і дамовы, а таксама, выкарыстоўваючы інфармацыйныя крыніцы, пералічыце, якія бываюць спосабы скасавання працоўных адносінаў, паводле беларускага заканадаўства;

12. Ахарактарызуйце розныя сістэмы аплаты, віды і формы аплаты працы, а таксама вызначыць выдаткі на заработную плату і разлічыць чыстую аплату працы;

---

<sup>1</sup> Тэкст кодэкса на рускай мове змешчаны пад адрасам: <https://etalonline.by/document/?regnum=hk9900296>.

13. На падставе Працоўнага кодэкса Рэспублікі Беларусь прааналізуйце правы і абавязкі працаўніка (у тым ліку непаўналетняга) і наймальніка і патлумачце спецыфіку працаўладкавання людзей з абмежаванымі магчымасцямі;

### **Тэсты да тэмы**

1. Абярыце адзіна правільны варыянт адказу.

Які з пададзеных ніжэй выпадкаў прыводзіць да росту попыту на працу:

А) зніжэнне попыту на канчатковы тавар, які вырабляецца з дапамогай гэтага працоўнага рэсурсу;

Б) рост прадукцыйнасці працы;

В) рост коштаў на сыравіну;

Г) павелічэнне попыту на канчатковы тавар, які вырабляецца з дапамогай гэтага працоўнага рэсурсу.

2. Спосабы стымулявання працы:

Падзяліце прыведзеныя ніжэй спосабы стымулявання працы на дзве катэгорыі (матэрыяльныя і маральныя).

а. Пуцёўка ў санаторый.

б. Пахваліць.

в. Абвясціць падзяку.

г. Узнагародзіць прэміяй.

д. Падзяліцца доляй у бізнэсе.

е. Узнагародзіць граматай.

Адказы выкладзіце ў выглядзе табліцы наступнага ўзору:

Матэрыяльныя стымулы	Маральныя стымулы
1. ....	1. ....

### **Заданні і пытанні з падручніка Дж. Бэрдшоў «Эканоміка», ч. 2:**

1. Абмяркуйце тэзіс, што найлепшае вырашэнне праблемы беспрацоўя – механізм цэнаў.

2. Што азначае тэрмін «мабільнасць працоўнай сілы»? Ці зменшыцца беспрацоўе пры павелічэнні мабільнасці працоўнай сілы? Калі зменшыцца, то якім чынам?

3. На працягу амаль двух апошніх дзесяцігоддзяў XX стагоддзя занятасць павялічвалася разам з ростам беспрацоўя. Раствлумачце, чаму гэта сталася магчымым.

## IV. ПРАДПРЫЕМСТВЫ І ІХ ФУНКЦЫЯНАВАННЕ НА РЫНКУ

### IV.1. Тыпы прадпрыемстваў (камерцыйных арганізацый)

Існуе шмат арганізацый, якія ўступаюць у гандлёвыя зносіны з грамадствам, г. зн. прапануюць тавары і паслугі за грошы. Ніжэй гаворка пойдзе аб прадпрыемствах (камерцыйных арганізацыях). Гэта такія ўстановы, мэтай якіх – максімізацыя ўласных прыбыткаў. Мы апускаем у нашым аглядзе такія арганізацыі, як грамадскія карпарацыі, напрыклад, Беларускае чыгунка ці «Белпошта», бо яны знаходзяцца ў грамадскім сектары і функцыянуюць не толькі дзеля таго, каб максімізаваць уласныя прыбыткі.

Існуе таксама шмат тыпаў і формаў бізнэсу, але, паколькі ўсе яны дзейнічаюць з мэтай максімізацыі ўласных прыбыткаў, эканамісты не размяжоўваюць іх і называюць словам *фірмы*.

#### *З падручніка Дж. Бэрдшоў «Эканоміка», ч. 1:*

#### **ЗАВОДЫ, ФІРМЫ І ГАЛІНЫ ВЫТВОРЧАСЦІ**

*Завод – гэта адзінка вытворчасці ў прамысловасці, у той час як фірма – адзінка ўласнасці і кантролю. Патлумачым гэтую розніцу прыкладам. Ford UK – гэта фірма, але яна кантралюе 24 розныя заводы ў Вялікабрытаніі, такія, як у Дагенхэме і Брыджэндзе. Галіна вытворчасці – гэта ўсе фірмы, звязаныя з пэўнай вытворчасцю. Стандартная прамысловая класіфікацыя ўрада (СПК) налічвае 49 галінаў вытворчасці і 111 падгруп гэтых галінаў. Даволі цяжка выразна акрэсліць галіну вытворчасці колькасна, бо адна і тая ж фірма можа быць занятая больш чым у адной галіне. /.../*

#### **ЛЕГАЛЬНЫЯ ФОРМЫ ФІРМАЎ**

*Аднаасобны ўладальнік. Аднаасобны ўладальнік – гэта такая форма арганізацыі бізнэсу, калі адна асоба, занятая*

ў сваім бізнэсе, укладае капітал, атрымлівае прыбыткі і аплачвае страты з уласнай кішэні. Тыповыя сферы для камерцыйнай дзейнасці аднаасобнага ўладальніка – рознічны гандаль і будаўніцтва, г. зн. некапіталаёмістыя віды дзейнасці. Аднаасобных уладальнікаў часта памылкова называюць «адзінокімі бізнэсэзнамі». Сапраўды, такія кампаніямі валодае адзін чалавек, але працаваць там можа шмат людзей.

Абмяжоўваюць рост дзейнасці аднаасобных уладальнікаў два асноўныя чыннікі. Першы – фінансы: эканамічны рост у значнай ступені залежыць ад наяўнасці капіталу для ўкладання ў бізнэс, а аднаасобныя ўладальнікі абмежаваныя тым, што маюць самі і што могуць пазычыць у банкаў, і да т. п. Другі чыннік – арганізацыйны: адзін чалавек мае абмежаваныя магчымасці для эфектыўнага кантролю і сам адказвае за арганізацыю цалкам. Калі бізнэс разрастаецца, дык на месца аднаасобнага ўладальніка прыходзіць іншая, больш складаная форма арганізацыі.

Аднаасобны ўладальнік знаходзіцца ў патэнцыяльна няўстойлівай фінансавай пазіцыі. Усе прыбыткі можа атрымліваць адзін чалавек, але ён жа нясе і ўсе страты. Кожны год даволі шмат аднаасобных уладальнікаў банкрутуе. Абмежаваныя капітальныя рэсурсы для бальшыні аднаасобных уладальнікаў – самае слабае месца. І не толькі праз канкурэнцыю з буйнымі кампаніямі, але таксама праз не лепшае інвеставанне, напрыклад, калі хтосьці адкрывае краму з далікатэсамі ў раёне, дзе аддаюць перавагу больш простае ежы.

Аднак можна казаць, што аднаасобны ўладальнік лягчэй вытрымае кароткачасовае зніжэнне спажывецкага попыту, чым буйная арганізацыя. Аднаасобны ўладальнік можа значна хутчэй адаптавацца да узроўню попыту і, пры неабходнасці, крыху эканоміць, пакуль справы не паправяцца. /.../

Таварыствы. Дзейны «Закон аб таварыствах» акрэслівае таварыства як «сувязь паміж асобамі, якія займаюцца адным відам бізнэсу з мэтай атрымаць прыбытак». Многія таварыствы – фармальныя арганізацыі, такія, напрыклад, як буйная фірма адвакатаў ці бухгалтараў; але два чалавекі, што трымаюць латок на нядзельным рынку, напэўна знаходзяцца ў таварыстве адзін з адным і маюць свае юрыдычныя правілы, таксама як вялікая фірма гарадскіх юрыстаў, што мае гадавы абарот на некалькі сотняў тысячаў фунтаў.

Таварыствы паширыліся з узнікненнем эканамічнага грамадства, бо яны больш прыстасаваныя для патрэбаў сучаснай камерцыйнай дзейнасці, чым аднаасобныя ўладальнікі, якія мусяць самі забяспечваць капітал, працоўную сілу і навыкі. Два ці больш чалавек, аб'яднаныя ў таварыства, могуць аб'яднаць свае рэсурсы і тэарэтычна арганізаваць больш эфектыўную бізнэс-адзінку з большай аддачай на інвеставаны капітал.

Максімальна колькасць магчымых удзельнікаў большыні таварыстваў вызначана законам як 20. Прафесійным таварыствам – юрыстам, бухгалтарам і супольнікам прызнанай біржы каштоўных папераў – дазволена перавышаць гэтую лічбу. Гэта – найчасцей даволі вялікія арганізацыі, са значнымі капітальнымі рэсурсамі, што абяцаюць эфекты маштабу і выгады спецыялізацыі. Аднак было б нязвыкла ўтвараць гандлёвае таварыства, што мае больш як 5–6 партнёраў, бо тады карпаратыўны статус кампаніі з абмежаванай адказнасцю больш прывабны.

Адрозна ад правілаў прафесійных арганізацыяў, якія забараняюць сваім удзельнікам арганізоўваць кампаніі, таварыства больш прыдатнае як форма арганізацыі бізнэсу для людзей пэўнай прафесіі, чым для вытворцаў



і гандляроў. Бо апошніх рызыка фінансавай няўдачы не вельмі палюхае. Для ўсіх іншых, акрамя дробных гандлёвых прадпрыемстваў, ці там, дзе гандаль з якіх-небудзь прычынаў зручней арганізоўваць праз таварыства, звычайна лічыцца за лепшае рэгістрацыя ў форме кампаніі з абмежаванай адказнасцю.

Акцыянерная кампанія. Акцыянерную кампанію можна апісаць як арганізацыю асобаў, якія ўкладаюць грошы ў агульны фонд, што выкарыстоўваецца ў якойсьці справе ці бізнэсе, і дзеляць атрыманыя прыбыткі ці страты. Гэты агульны фонд – капітал кампаніі, а асобы, што ствараюць яго, – супольнікі фонду. Прапарцыяная доля капіталу, на якую мае права кожны супольнік, ёсць яго доля.

Неабходнасць мець большы капітал тлумачыць развіццё як таварыстваў, так і акцыянерных кампаніяў. Як толькі гэта зрабілася магчымым, многія таварыствы палічылі за лепшае аддаць перавагу рэгістрацыі ў якасці акцыянерных кампаніяў з абмежаванай адказнасцю. У наш час з гледзішча капіталу і занятых працоўных рэсурсаў акцыянерная кампанія – панавальная форма арганізацыі ў бізнэсе.

Прынцып абмежаванай адказнасці вельмі важны для кампаніі. Абмежаваная адказнасць азначае, што адказнасць інвестара за пазыкі абмежавана ягонай доляй акцыі. Напрыклад, вы трымаеце 100 аднафунтавых акцый у якойсьці кампаніі, і ў выпадку, калі яна робіцца неплацежаздольнай, усё, што вы можаце страціць, – гэта першапачаткова ўкладзеныя 100 фунтаў. Гэта заахвочвае інвестыцыі, бо абмяжоўвае рызыку інвестараў да той сумы, якую яны інвестуюць. Нават вельмі буйныя кампаніі могуць збанкрутаваць... Без абмежаванай адказнасці толькі самае гарантаванае дзелае прадпрыемства можа залучыць буйныя інвестыцыі. Найбольш

арганізаваныя інвестары, такія, як страхавыя кампаніі і пенсійныя фонды, не будуць рызыкаваць вялікімі фондамі ва ўсялякім спекулятыўным прадпрыемстве, а будуць укладваць іх толькі ў асабліва надзейны рынак (дзяржаўныя каштоўныя паперы).

Грамадскія і прыватныя кампаніі. Сучасны «Закон аб кампаніях» цалкам змяніў класіфікацыю грамадскіх і прыватных кампаній, якая існавала з 1908 года. Дагэтуль прыватная кампанія азначалася; грамадскай жа лічылася кожная кампанія з абмежаванай адказнасцю, якая не адпавядала гэтаму азначэнню. Гэты закон быў часткай гарманізацыі юрыдычных праграм краінаў Еўрасаюза. Упершыню даючы азначэнне грамадскай кампаніі, закон ставіць Вялікабрытанію на адзін узровень з іншымі краінамі-ўдзельніцамі ЕС.

Для чалавека старонняга самае простае размежаванне паміж грамадскімі і прыватнымі кампаніямі з абмежаванай адказнасцю – тое, што грамадская кампанія з абмежаванай адказнасцю мае літары PLC пасля назвы, напрыклад: Marks and Spencer PLC, а прыватная кампанія з абмежаванай адказнасцю – літары Ltd (бел. АА) пасля назвы. Грамадская кампанія з абмежаванай адказнасцю можа мець даччыныя прадпрыемствы, якія ёсць прыватныя кампаніі з абмежаванай адказнасцю. Калі адна кампанія валодае іншымі кампаніямі і кантралюе іх, яе часта называюць холдынгавай кампаніяй.

З юрыдычнага погляду грамадская кампанія – гэта кампанія, абмежаваная акцыямі (ці іншымі каштоўнымі паперамі), якая была зарэгістравана ў якасці грамадскай кампаніі згодна з дзейным законам. Яна мае два ці болей удзельнікаў і можа запрашаць грамадзянаў падпісвацца на свае акцыі ці аблігацыі. Яна мусіць мець мінімальны дазволены акцыянерны капітал...

Прыватная кампанія – гэта любая кампанія, якая не адпавядае патрабаванням, што выстаўляюцца да грамадскай кампаніі. Як і грамадская кампанія, яна мае двух ці болей удзельнікаў.

Такім чынам, асноўнае адрозненне паміж грамадскай і прыватнай кампаніямі палягае ў тым, што першая можа прапаноўваць свае акцыі ці аблігацыі грамадзянам, а другая не. Абмежаванні на перавод акцый і колькасць членаў кампаніі ўжо не галоўныя ў статусе прыватнай кампаніі, але нішто не перашкаджае прыватнай кампаніі ўвесці такія абмежаванні. Крымінальнай лічыцца падпіска грамадзян на акцыі ці аблігацыі прыватнай кампаніі.

Цяпер прыватная кампанія ў пэўнай меры пераходная паміж таварыствам і грамадскай кампаніяй; звычайна – гэта сямейны бізнэс. Як і грамадская кампанія з абмежаванай адказнасцю, яна мае выгоду абмежаванай адказнасці, а як і таварыства – невыгоду абанірацыя выключна на капітал сваіх удзельнікаў (з магчымымі банкаўскімі пазыкамі). А з той прычыны, што грамадскія кампаніі могуць прапаноўваць свае акцыі грамадзянам, – акцыі многіх (хоць і не ўсіх) грамадскіх кампаній абарачаюцца на біржы каштоўных папераў, – яны здольны прыцягваць значныя сумы грошай на фінансаванне буйнамаштабных аперацый.

Прыватная кампанія не абавязана склікаць штогадовыя пасяджэнні, хоць як грамадскія, так і прыватныя кампаніі з абмежаванай адказнасцю абавязаны падаваць штогадовыя бухгалтарскія справаздачы ў Рэгістр кампаній. Калісьці прыватная кампанія магла мець не больш як 50 удзельнікаў, не магла прадаваць свае акцыі грамадзянам і, згодна са статутам, праводзіла толькі абмежаваныя аперацыі з сваімі акцыямі, г. зн. толькі са

сваімі акцыянерамі. Абмежаваньняў на колькасць удзельнікаў кампаніі і аперацыі з акцыямі ўжо няма. Гэта азначае, што прыватныя кампаніі маюць перспектывы росту і развіцця, якія раней былі толькі ў грамадскіх кампаній. Цяпер магчыма праводзіць непублічны продаж акцый, г. зн. праз кантакты ў бізнэсе ці банкі.

Аднак што датычыць капіталу, дык грамадскія кампаніі – волаты параўнальна з прыватнымі, і менавіта яны выклікалі велізарны рост інвестыцый у мінулым стагоддзі. Тыповая грамадская кампанія можа займацца такой разнастайнай дзейнасцю, як вытворчасць аўтамабіляў, крэдытаванне ці страхаванне, – інакш кажучы, няма такога паняцця, як «тыповая» грамадская кампанія.

У краінах з пераходнай эканомікай пашырэнне атрымалі камандытныя таварыствы. Камандытным называюць таварыства, у якім разам з удзельнікамі, якія ажыццяўляюць ад імя таварыства прадпрымальніцкую дзейнасць і якія адказваюць па абавязацельствах таварыства ўсёй сваёй маёмасцю, маюцца адзін або некалькі ўдзельнікаў (укладчыкаў, камандытаў), якія нясуць рызыку страт, звязаных з дзейнасцю таварыства, у межах сум унесенымі імі ўкладаў і не прымаюць удзелу ў ажыццяўленні таварыствам прадпрымальніцкай дзейнасці.

Сучасныя прадпрыемствы *наводле характару іх дзейнасці* могуць быць наступнымі:

- *вытворчыя*: выраб матэрыяльных тавараў (артыкулаў і вырабаў), а таксама прамысловыя прадпрыемствы (перапрацоўчая і горназдабыўная прамысловасць), а таксама сельская гаспадарка і будаўніцтва;

- *камерцыйныя*: прадпрыемствы, якія прапануюць гандаль гуртам і ўраздроб;

- *сферы паслуг*: прадпрыемствы, якія ствараюць паслугі,

уключаючы экспедыцыйныя і транспартныя, фінансавыя, гас-  
ранамічныя, адукацыйныя, турыстычныя, медыцынскія, муні-  
цыпальныя, турыстычныя, культурныя і шматлікія іншыя.

*Класіфікацыя прадпрыемстваў наводле памераў (на пры-  
кладзе Польшчы, наводле крытэрыяў Еўрасаюза):*

- сярэдняе прадпрыемства: на ім працуе менш за 250 супра-  
цоўнікаў, а яго гадавы абарот не перавышае 50 млн еўра, або  
яго агульны гадавы баланс не перавышае 43 млн еўра;

- малое прадпрыемства – прадпрыемства, на якім працу-  
юць менш за 50 чалавек, а яго гадавы абарот не перавышае  
10 млн еўра, або яго агульны гадавы баланс не перавышае  
10 млн еўра;

- мікрапрадпрыемства – прадпрыемства, на якім працуюць  
менш за 10 супрацоўнікаў, а яго гадавы абарот не перавы-  
шае 2 млн еўра, або яго агульны гадавы баланс не перавышае  
2 млн еўра;

- буйное прадпрыемства – гэта прадпрыемства, якое не на-  
лежыць да вышэйзгаданых прадпрыемстваў.

Уласнасць прадпрыемства:

- дзяржаўныя – прадпрыемствы, якія належаць дзяржказ-  
начэйству, адзінкам мясцовага самакіравання і змешанай улас-  
насці;

- прыватныя – прадпрыемствы фізічных асоб, кааператывы  
і грамадзянска-праўныя таварыствы.

## **IV.2. Асаблівасці і функцыі прадпрыемства**

1. Эканамічная самастойнасць азначае, што ў прадпрыем-  
ства ёсць уласныя актывы, якімі яно распараджаецца з мэтай  
атрымаць прыбытак; прадпрыемства працуе на аснове сама-  
фінансавання і нясе адказнасць за вынікі сваёй працы.

2. Юрыдычная самастойнасць азначае, што прадпрыем-  
ства – гэта юрыдычная асоба, якая мае здольнасць выконваць

праўныя акты, можа браць на сябе абавязальствы і набыць правы: напрыклад, заключаць дамовы, а таксама мае права выбару юрыдычнай формы сваёй дзейнасці.

3. Тэхнічная і арганізацыйная самастойнасць азначае, што прадпрыемства мае ўласную арганізацыйную структуру, якая адпавядае яго дзейнасці і ўмовам яго функцыянавання.

Звычайна вылучаюць наступныя *функцыі* сучаснага прадпрыемства:

- вытворчую (вытворчы і абслуговы працэсы);
- маркетынговую (продаж, лагістыка і пастаўкі);
- эканамічную (тэхнічнае і эканамічнае планаванне, выдаткі, фінансы, цэны, разлікі, эканамічны аналіз, бухгалтарскі ўлік, справаздачнасць, балансы, разлікі);
- персанальную (кадравыя пытанні, навучанне, сацыяльныя і побытавыя пытанні, зароботная плата, гігіена працы і бяспека);
- развіццёва-перспектыўную (мадэрнізацыя, інвестыцыі, даследаванні і падрыхтоўка кадраў).

Натуральна, што поспехаў у бізнэсе дасягае тое прадпрыемства, якое добра спраўляецца з гэтымі функцыямі, што ў вышэйшай ступені залежыць ад яго менеджменту і кваліфікацыі персаналу.

### *Прадпрыемства ў краінах з рынкавай эканомікай*

У краінах з развітой рынкавай эканомікай прадпрыемства – гэта сістэматызаваны набор нематэрыяльных і матэрыяльных элементаў, прызначаных для ажыццяўлення прадпрыемальніцкай дзейнасці. Ён уключае, у прыватнасці:

- 1) вызначэнне індывідуальнай адметнасці прадпрыемства або яго асобных частак (назва кампаніі);
- 2) права ўласнасці на нерухомую або рухомую маёмасць, уключаючы абсталяванне, матэрыялы, тавары і прадукцыю, іншыя правы на нерухомую або рухомую маёмасць;

3) правы, якія вынікаюць з дагавораў арэнды і арэнды нерухомай або рухомай маёмасці, і правы карыстання нерухомай або рухомай маёмасцю, што вынікаюць з іншых юрыдычных адносінаў;

4) непагашаныя пазыкі, правы на каштоўныя паперы і наяўныя грошы (гатоўку);

5) канцэсіі, ліцэнзіі і дазволы;

6) патэнты і іншыя правы прамысловай уласнасці;

7) маёмасныя аўтарскія правы і сумежныя правы ўласнасці;

8) камерцыйныя таямніцы;

9) кнігі і дакументы, звязаныя з вядзеннем прадпрыемальніцкай дзейнасці.

### *Рэгістрацыя, рэарганізацыя, ліквідацыя прадпрыемства ў Беларусі і Польшчы*

Існуюць розныя арганізацыйна-праўныя формы вядзення бізнэсу ў Беларусі і Польшчы, якія адрозніваюцца ступенню складанасці і ўжываннем канкрэтных нормаў права. Гэта датычыць таксама парадку рэгістрацыі, рэарганізацыі і ліквідацыі прадпрыемстваў.

У Беларусі легальную прадпрыемальніцкую дзейнасць магчыма ажыццяўляць толькі пры наяўнасці яе дзяржаўнай рэгістрацыі, згодна з зацверджаным дэкрэтам Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь Палажэннем аб дзяржаўнай рэгістрацыі суб'ектаў гаспадарання. Банкі і нябанкаўскія крэдытна-фінансавыя арганізацыі рэгіструюцца Нацыянальным банкам, страхавыя і брокерскія таварыствы і суполкі – міністэрствам юстыцыі, іншыя камерцыйныя арганізацыі – абласнымі выканаўчымі камітэтамі і Мінскім гарадскім выканаўчым камітэтам, якія могуць частку сваіх паўнамоцтваў перадаваць выканаўчым камітэтам і адміністрацыям ніжэйшых узроўняў. Акрамя заяў на адпаведную рэгістрацыю, у гэтыя органы павінны перадавацца квітанцыі аб уплаце дзяржаўнай пошліны, а камерцыйныя

арганізацыі абавязаны таксама падаць статуты (устаноўчыя дамовы) і завераныя у вызначаным парадку звесткі пра заснавальнікаў арганізацыі. Пасля атрымання пасведчанняў аб дзяржрэгістрацыі індывідуальныя прадпрымальнікі і камерцыйныя арганізацыі павінны таксама стаць на ўлік у Інспекцыі міністэрства па падатках і зборах і ў Фондзе сацыяльнай абароны насельніцтва, падаўшы туды цэлы пакет абавязковых дакументаў. У Белдзяржстрах павінны быць пададзены дакументы са звесткамі пра дырэктара і галоўнага бухгалтара прадпрыемства. Індывідуальны прадпрымальнік або камерцыйная арганізацыя павінны таксама адкрыць свій разліковы рахунак у адным з упаўнаважаных банкаў і падаць адпаведныя звесткі па месцы сваёй рэгістрацыі.

Шэраг відаў прадпрымальніцкай дзейнасці ў Беларусі не можа ажыццяўляцца без атрымання спецыяльнай *ліцэнзіі*: парадак іх атрымання рэгулюецца спецыяльным палажэннем. Ліцэнзіі выдаюцца, як правіла, на тэрмін не больш як 10 гадоў.

*Ліквідацыя* прадпрымальніцкіх структур ажыццяўляецца паводле Палажэння аб ліквідацыі (спыненні дзейнасці) суб'ектаў гаспадарання, зацверджанага дэкрэтам Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь. Ліквідацыя можа быць праведзена паводле рашэння ўласніка маёмасці ці ўпаўнаважанага органа адпаведнай юрыдычнай асобы, а таксама паводле рашэння гаспадарчага суда або органа, які зарэгістраваў гэты суб'ект гаспадарання.

*Рэарганізацыя* прадпрыемства ажыццяўляецца паводле рашэння ўласніка (заснавальнікаў, удзельнікаў) або ўпаўнаважаных дзяржаўных органаў.

Калі нехта збіраецца займацца індывідуальным бізнэсам або кіраваць прыватным таварыствам у *Польшчы*, яму неабходна атрымаць запіс у *Цэнтральным рэестры інфармацыі аб эканамічнай дзейнасці*, які вядзе канцылярыя міністра развіцця гэтай дзяржавы.

Калі маецца намер стварыць камерцыйна-праўнае тавары-



ства (адкрытае таварыства, таварыства-партнёр, камандытнае таварыства, таварыства з абмежаванай адказнасцю, камандытна-акцыянернае таварыства, акцыянернае таварыства), неабходна зарэгістравацца ў *Нацыянальным судовым рэестры*.

Асобы, якія пачынаюць сваю справу з уласнай кампаніяй, часцей за ўсё ствараюць індывідуальны бізнэс.

Трэба таксама памятаць, што калі маецца намер звярнуцца па субсідыю з павятовага ведамства працы, то адзіная арганізацыйна-праўная форма, на якую можна атрымаць фінансаванне, – гэта менавіта індывідуальны бізнэс.

### ***IV.3. Крыніцы сродкаў фінансавання дзейнасці прадпрыемства***

Прадпрыемствы падчас розных цыклаў свайго функцыянавання павінны назапашваць капітал для сваёй далейшай дзейнасці і развіцця. Спосаб атрымання гэтых сродкаў у асноўным залежыць ад сучаснай стадыі развіцця кампаніі, яе памеру і перспектывы росту.

Крыніцы фінансавання бізнэсу ў краінах з рынкавай гаспадаркай можна класіфікаваць наступным чынам:

а) паводле крыніцы капіталу:

- уласны капітал;
- замежны капітал.

б) паводле магчымасцяў доступу да капіталу:

- унутраныя крыніцы;
- уласны ўклад;
- неразмеркаваны прыбытак;
- амартызацыйныя адлічэнні.

У сучаснай Беларусі адной з галоўных крыніц фінансавання значнай колькасці прадпрыемстваў з'яўляюцца сродкі дзяржаўнага і мясцовых бюджэтаў, што робіць гэтыя прадпрыемствы моцна залежнымі ад волі чыноўнікаў і стварае спрыяльную глебу для карупцыі.

Разам з тым, з 2001 г. у нашай краіне адносна паспяхова працуе Праграма мікракрэдытавання Беларусі, якую ажыццяўляе Еўрапейскі банк рэканструкцыі і развіцця (ЕБРР).

#### **IV.4. Бізнэс-план прадпрыемства**

Бізнэс-план (карпаратыўны план) – гэта ўсёабдымны, доўгатэрміновы планавы дакумент, звязаны з глабальнай дзейнасцю кампаніі, задачай якой з’яўляецца азначэнне мэтаў і спосабаў, а таксама сродкаў іх дасягнення. Бізнэс-план, як набор дакументаў і аналітычных матэрыялаў, шырока выкарыстоўваецца ў арганізацыі і па-за яе межамі. Гэта дазваляе рыхтаваць і ажыццяўляць неабходныя захады, дае магчымасць атрымліваць сродкі ад інвестараў і банкаў, а таксама адыгрывае значную ролю ў прыняцці кіраўнічых рашэнняў. З дапамогай бізнэс-планаў можна праверыць правільнасць раней прынятых гіпотэз і прагнозаў.

Бізнэс-план павінен быць падрыхтаваны кіраўніцтвам або спецыялізаваным аналітычным падраздзяленнем у кампаніі. Вы таксама можаце скарыстацца дапамогай кансультантаў.

Бізнэс-план рыхтуецца на тэрмін да 2 гадоў (блізкі гарызонт планавання), на 2–10 гадоў (перспектыўны гарызонт). У сучаснай эканоміцы, дзякуючы тэхналагічнаму прагрэсу, зменам у праве, сацыяльным зменам, планы, падрыхтаваныя на тэрмін больш як 3 гады, маюць мала шанцаў быць рэалізаванымі на практыцы. У больш працяглыя перыяды больш эфектыўным можа быць выкарыстанне канцэпцыі стратэгічнага прадбачання.

Бізнэс-план – гэта доўгатэрміновы і ўсебаковы бізнэс-дакумент, які грунтуецца на ўсебаковай ацэнцы стратэгічнай сітуацыі кампаніі. Наогул, план – гэта дакумент, у які ўключаны мэты арганізацыі або праекта, спосабы дасягнення апісаных мэтаў і неабходныя рэсурсы для іх рэалізацыі. Гэта інструмент, які выразна і дакладна паказвае і тлумачыць мэты ды стратэгіі кампаніі.

У залежнасці ад тэматыкі мы вылучаем *дзве катэгорыі* бізнэс-планаў: інвестыцыйны праект і праект прадпрыемства (малога і вялікага). Аднак у сувязі з тыпам ужывання мы адрозніваем *стратэгічныя* бізнэс-планы, бізнэс-планы *па аднаўленні і па ліквідацыі*.

Бізнэс-план не можа быць адзіным і універсальным, паколькі яго функцыянаванне залежыць ад маштабу запланаванага абавязальства, а таксама ад перыяду, які бярэцца пад увагу пры яго рэалізацыі. Аднак кожны бізнэс-план мае як рэтраспектыўны аспект, гэта значыць вывучэнне мінулага, так і перспектыўны – інакш кажучы, прагноз на будучыню.

Бізнэс-плану ўласцівыя наступныя *функцыі*:

а) унутраная функцыя: ён адказвае за эфектыўнае і дакладнае кіраванне кампаніяй. У асноўным ён адрасаваны кіраўніцтву кампаніі і ўладальніку кампаніі, а таксама супрацоўнікам, акцыянерам, рэвізійнай камісіі і наглядальнай радзе. Гэта дазваляе адпаведным чынам ажыццяўляць планаванне, развіццё і мадэрнізацыю кампаніі. Акрамя таго, гэта паказвае змены, якія кампаніі давядзецца правесці ў будучыні.

б) знешняя функцыя: ён служыць фарміраванню меркаванняў аб *макра- і мікраасяроддзі кампаніі* (банкі, інвестыцыйныя фонды, эканамічныя партнёры, кліенты, канкурэнты, сродкі масавай інфармацыі, пастаўшчыкі, дзяржаўныя і мясцовыя органы ўлады, інвестары і г. д.). Такі план імкнецца складаць у найбольш прывабнай форме дзеля таго, каб прыцягнуць інвестараў або сабраць сродкі, неабходныя для ажыццяўлення новых бізнэс-ініцыятыў.

*Структура* бізнэс-плана залежыць ад мэтай яго выкарыстання. Прыклад бізнэс-плана можа выглядаць так:

1. Рэзюмэ.
2. Характарыстыка кампаніі.
3. Цяперашні стан асноўнага бізнэсу (вытворчасць, абслугоўванне).

4. Стратэгічны аналіз.
5. Рамкавае размеркаванне задач.
6. Бізнэс-план для асобных падраздзяленняў прадпрыемства.
7. Умовы змены плана.
8. Дадаткі адносна эканамічнай сітуацыі

Рэалізацыя стандартаў бізнэс-планаў можа быць здзейснена таксама іншымі, спецыялізаванымі міжнароднымі арганізацыямі, фінансавымі ўстановамі і кансалтынгавымі кампаніямі.

*Працэс складання бізнэс-плана звычайна ўключае ў сябе наступныя этапы:*

- выяўленне праблем (SWOT-аналіз), выбар праблем, якія неабходна вырашыць у першую чаргу;
- дыягностыку бягучай сітуацыі ў арганізацыі (стратэгічны аналіз);
- планаванне неабходных дзеянняў;
- падрыхтоўку плана дзеянняў;
- рэалізацыю;
- план кіравання.

*Крытэрыі ацэнкі бізнэс-плана могуць быць наступнымі:*

- мэтанакіраванасць,
- мэтазгоднасць;
- аператыўнасць (празрыстасць, прастата, зразумеласць прынцыпаў),
- вялікая разнастайнасць,
- абмежаваная дэталізацыя,
- паўната (поўнае апісанне ўсяго прадпрыемства)
- рацыянальнасць.

Трэба заўсёды мець на ўвазе, што любы план мае *характар прагнозу*, і прадугледзець усе вынікі і наступствы ажыццяўлення плана ў прынцыпе немагчыма.

## IV.5. Маркетинг

*Маркетинг – гэта сацыяльны і кіраўнічы працэс, накіраваны на прызнанне, стымуляванне і задавальненне патрэбаў кліентаў.*

Дзякуючы маркетингу кліенты атрымліваюць тое, што ім трэба, ствараючы і абменьваючыся прадуктамі. Такім чынам рэалізуецца канцэпцыя дастаўкі патрэбных тавараў патрэбным людзям у патрэбнае месца і час, за прымальную цану і з выкарыстаннем правільнага набору мераў прасоўвання, такіх як рэклама, стымуляванне продажаў або асабісты продаж.

Узнікненне канцэпцыі маркетингу з'яўляецца вынікам патрэбаў кампаній, якія працуюць у рыначнай эканоміцы, і іх імкнення дасягнуць найлепшага становішча на рынку і найбольш эфектыўных вынікаў.

*Функцыянальны маркетинг* датычыць дзейнасці, якая праводзіцца ў кампаніі дзеля дасягнення вышэйапісаных мэтаў.

Асноўныя віды дзейнасці:

- аналіз навакольнага асяроддзя, гэта значыць даследаванне знешніх фактараў, якія могуць быць прычынай як поспехаў, так і правалаў прадпрыемства на рынку: напрыклад, правядзенне маркетинговых даследаванняў;

- аналіз спажывоў, а дакладней пошук, вывучэнне пераваг і ацэнка спажывоў і іх рашэнняў аб куплі, каб зразумець іх патрэбы і чаканні;

- планаванне вытворчасці, імкненне распрацоўваць прадукцыю, іх пазіцыю на рынку, брэнд, упакоўку і г. д., каб яны максімальна адпавядалі чаканням кліентаў і нават перавышалі іх чаканні, ствараючы новыя патрэбы, якіх кліенты не адчувалі да моманту, пакуль прадукт не быў створаны;

- планаванне і выкананне дыстрыбуцыі: выбар каналаў размеркавання, прыдатных для дадзенай групы спажывоў, а таксама кіраванне гуртавой і рознічнай рэалізацыяй прадукцыі;

- планаванне і правядзенне рэкламных акцый: правільны выбар і спалучэнне патрэбных інструментаў, такіх як рэклама, асабісты продаж, рэклама або піяр;

- планаванне цэнаў, іх структуры і ўзроўню, а таксама метады стварэння і рэгулявання дзеля іх адаптацыі да зменлівых умоў, у якіх працуе прадпрыемства;

- сацыяльная адказнасць – гэта значыць уключэнне ў дзейнасць кампаніі разумення таго ўплыву, якое яна аказвае на навакольнае асяроддзе, і ўсвядомленай адказнасці за гэта ўздзеянне: напрыклад, прапануючы бяспечныя і карысныя тавары і паслугі для грамадства, дзейнічаючы з павагай да навакольнага асяроддзя, супрацоўнікаў, закона і г. д.

*Інстытуцыянальны маркетынг* адносіцца да такіх паняццяў, як рэклама (людзі, якія выконваюць вышэйзгаданыя функцыі, у тым ліку, у першую чаргу, супрацоўнікі кампаніі, уключаючы не толькі аддзел маркетынгу, але і ўсе іншыя аддзелы, што ўдзельнічаюць у рэалізацыі вышэйзгаданых функцый: напрыклад, аддзелы даследаванняў і распрацовак, сувязі з грамадскасцю, аддзел кадраў, аддзелы продажаў і г. д.).

З гэтым працэсам могуць быць звязаны не толькі супрацоўнікі кампаніі, але і іншыя прадпрыемствы, якія ўдзельнічаюць у ажыццяўленні вышэйзгаданых функцый. Часцей за ўсё выкарыстоўваюцца:

- агенцтвы па даследаванні рынку, якія спецыялізуюцца на правядзенні адпаведных даследаванняў і аналізаў і прадастаўленні адпаведных навуковых умоў;

- рэкламныя агенцтвы, што рыхтуюць рэкламныя кампаніі на тавары і паслугі, якія кампанія прапануе на рынку;

- кансалтынгавыя кампаніі, уключаючы стратэгічныя кансалтынгавыя кампаніі: яны дапамагаюць кампаніі зразумець сваю пазіцыю і прымаць стратэгічныя рашэнні адносна будучага пазіцыянавання і рынкавай дзейнасці кампаніі.

У выпадку *прадметнага маркетынгу* часцей за ўсё вы-

карыстоўваецца мадэль маркетынгавага міксу. Маркетынг-мікс – гэта група элементаў, якія знаходзяцца пад кантролем прадпрыемства і якія могуць быць выкарыстаны дзеля аказання ўплыву на мэтавы рынак.

Найбольш часта ўжыванай мадэллю маркетынгавага міксу з’яўляецца т. зв. мадэль 4Р («чатыры пі» – ад англійскіх назваў), што ўключае ў сябе:

▶ *прадукт (product)*: сюды ўваходзіць разнастайнасць прапанаваных прадуктаў, іх якасць, характарыстыкі, упакоўка, памер, гандлёвая марка і пасляпродажнае абслугоўванне, уключаючы гарантыйныя і зваротныя ўмовы;

▶ *цану (price)*: гаворка ідзе не толькі пра цану, але і пра зніжкі, якія прадастаўляюцца пакупнікам, а таксама ўмовы і тэрмін аплаты, прапанаваныя кампаніяй;

▶ *месца (place)*: каналы распаўсюджвання, транспартныя ўмовы, аб’ём наяўных запасаў

▶ *прасоўванне продажаў (promotion)*: рэклама, сувязь з грамадскасцю і правільнае спалучэнне асобных элементаў, каб уся акцыя давала найлепшыя вынікі.

#### IV.6. Бухгалтарскі ўлік на прадпрыемстве

Бухгалтарскі ўлік – гэта тып сістэмы ўліку. Ён уключае збор, класіфікацыю, прадстаўленне і інтэрпрэтацыю фінансавых звестак аб гаспадарчай дзейнасці суб’екта. Бухгалтарскі ўлік дае інфармацыю пра фінансавы стан прадпрыемства: ён дазваляе вызначыць фінансавыя вынікі яго працы, і ў той жа час дапамагае прадпрымальніку выконваць абавязацельствы, накладзеныя на яго дзяржавай: плаціць падаткі, фіксаваць продаж з улікам ПДВ і г. д. З гэтых прычын бухгалтарскі ўлік з’яўляецца абавязковым і рэгулюецца законам.

Адным з найбольш важных элементаў бухгалтарскага ўліку з’яўляецца вядзенне *бухгалтарскіх кніг*, у якіх прадпрымальнік прачытвае бухгалтарскія запісы. Закон аб бухгалтарскім ўліку

вызначае падрабязныя прынцыпы бухгалтарскага ўліку, такія як:

- прынцып надзейнасці: кнігі бухгалтарскага ўліку павінны адпавядаць фактам;
- прынцып беспамылковасці: запісы ў кнігах бухгалтарскага ўліку павінны быць правільнымі і беспамылковымі,
- прынцып правяральнасці: кнігі павінны захоўвацца, каб яны маглі быць правераны;
- прынцып пастаяннага вядзення: спосаб вядзення кніг павінен дазваляць свечасова ажыццяўляць фінансавыя разлікі.

Пры гэтым, у выпадках, акрэсленых нарматыўнымі актамі, можа весціся *поўны* або *спрошчаны* бухгалтарскі ўлік.

Незалежна ад таго, вядзе прадпрымальнік поўны або спрошчаны ўлік, у сваіх кнігах бухгалтарскага ўліку ён павінен рабіць бухгалтарскія запісы, якія дакументуюць канкрэтныя падзеі: напрыклад, атрыманне даходаў у выглядзе прыбытку ад прададзеных тавараў; звязаныя з гэтым выдаткі, такія як выдаткі на аплату працы працаўнікоў. Гэтыя запісы робяцца на аснове спецыяльных дакументаў, званых дакументамі бухгалтарскага ўліку. Кожны бухгалтарскі дакумент павінен утрымліваць пункты, указаныя ў Законе аб бухгалтарскім ўліку (у тым ліку ўдакладненне тыпу дакументаў, вызначэнне бакоў, апісанне дзейнасці, якая зафіксавана дакументамі, дата выканання і подпіс эмітэнта дакумента), быць надзейнымі, поўнымі і не дапускаць памылак бухгалтарскага ўліку.

Існуе мноства відаў бухгалтарскіх дакументаў (сведчанняў). Часта выкарыстоўваюцца такія, як *прыходныя і расходныя ордары*, якія дакументуюць атрыманне і вяртанне пэўнай сумы ў касу (напрыклад, калі супрацоўніку, які едзе ў камандзіроўку, выплачваецца пэўная сума ў якасці авансу на транспартныя выдаткі). Шырока выкарыстоўваюцца таксама такія формы першаснага бухгалтарскага ўліку, як *таварныя накладныя, та-*



*варна-транспартныя накладныя, акты аб перадачы сродкаў (актываў), акты прыёмкі-здачы выкананых работ і інш.*

У некаторых краінах, у т. л. у Польшчы, самым пашыраным і самым галоўным дакументам бухгалтарскага ўліку з'яўляецца *рахунак-фактура ПДВ*. У ім дакументуецца падатак з продажаў, абкладанне падаткам на тавары і паслугі, г. зн. падатак з ПДВ. Элементы, якія павінны быць уключаны ў рахунак-фактуру з ПДВ, пералік асоб, упаўнаважаных на яго афармленне, і правілы яго запаўнення і выпраўлення вельмі дакладна апісаны ў адпаведным нарматыўным акце. На падставе рахункаў-фактур з ПДВ прадпрымальнікі разлічваюць і выплачваюць належны ПДВ, які з'яўляецца найбуйнейшай крыніцай паступленняў у дзяржаўны бюджэт. З гэтай прычыны правільнае запаўненне рахункаў-фактур з'яўляецца надзвычай важным, і дзяржаўныя органы спрабуюць выяўляць і змагацца з любымі фальсіфікацыямі і парушэннямі ў выплатах ПДВ, звязанымі з рахункамі-фактурамі ПДВ.

Пры гэтым прадпрымальнікі ў Польшчы могуць выбіраць розныя формы падатку на прыбытак. Калі яны адпавядаюць пэўным умовам, яны могуць выкарыстоўваць аднаразовую дапамогу па запісаных прыбытках, або т. зв. *падатковую карту*.

### **Пытанні і выніковыя заданні да тэмы і ўсяго курса**

1. Зрабіце класіфікацыю прадпрыемстваў паводле крытэраў тыпу бізнэсу, памеру і формы ўласнасці і, карыстаючыся дадатковымі крыніцамі інфармацыі, ахарактарызуйце інавацыйныя бізнэс-мадэлі, у тым ліку стартапы.

2. Абгрунтуйце карыснасць падрыхтоўкі і прадстаўце структуру тыповага бізнэс-плана. Патлумачце асобныя яго элементы.

3. Карыстаючыся досведам вядомых прадпрымальнікаў і абпіраючыся на сабраную з рынку інфармацыю, знайдзіце ідэю для ўласнага бізнэсу або сацыяльнага прадпрыемства, ацэньваючы яго з пункту погляду інавацыйнасці.

4. Складзіце ў выглядзе бізнэс-плана праект уласнага прадпрыемства і падайце яго ў пісьмовай форме або ў выглядзе прэзентацыі.

5. Прааналізуйце макра- і макраасяроддзе прадпрыемства, выявіце моцныя і слабыя бакі, а таксама магчымасці і пагрозы прапанаванага прадпрыемства, выбіраючы яго месцазнаходжанне.

6. Ахарактарызуйце асноўныя арганізацыйна-праўныя формы прадпрыемстваў (індывідуальная эканамічная дзейнасць, грамадзянска-праўнае партнёрства, таварыствы камерцыйнага права) і сацыяльнае прадпрымальніцтва (у тым ліку працоўную кааперацыю, сацыяльны кааператыў, таварыства, фонд) і, з улікам юрыдычнай і маёмаснай адказнасці ўладальнікаў, выберыце форму для прапанаванага прадпрыемства або прадпрыемстваў.

7. Апішыце працэдуры, звязаныя з рэгістрацыяй асобнай прадпрымальніцкай дзейнасці і яе ліквідацыяй.

8. Пералічыце магчымасці фінансавання прадпрымальніцкай дзейнасці або прагназаванага прадпрыемства (у тым ліку з фінансавых устаноў, бюро працы, фондаў ЕС і венчурнага капіталу, сродкаў «бізнэс-анёлаў»), а таксама вызначце функцыі бізнэс-інкубатораў у стварэнні і развіцці малога бізнэсу, уключаючы стартапы.

9. Збярыце, прааналізуйце і падайце інфармацыю пра рынак, на якім працуе прадпрыемства вашай мясцовасці (на ваш выбар).

10. Карыстаючыся дадатковымі крыніцамі інфармацыі, растлумачце сутнасць працэсу кіравання рознымі рэсурсамі прадпрыемства, уключаючы прынцыпы эфектыўнага кіравання людзьмі, заснаваныя на канцэпцыі лідарства.

11. Ахарактарызуйце асноўныя інструменты маркетынгу, пакажыце разуменне іх ролі ў функцыянаванні прадпрыемства і выкарыстайце свае веды ў гэтай галіне дзеля распрацоўкі

маркетингавай дзейнасці на планаваным прадпрыемстве або прадпрыемстве.

12. Праявіце свой творчы патэнцыял, распрацуйце мадэль рэкламнай дзейнасці, абгрунтуйце яе ролю ў запланаваным мерапрыемстве і абмяркуйце станоўчыя і адмоўныя прыклады ўплыву рэкламы на кліентаў.

13. Спрагназуйце фінансавы вынік прапанаванага прадпрыемства або прадпрыемства на аснове кароткай інфармацыі аб запланаваных даходах і выдатках.

15. Ацаніце плюсы і мінусы асобных формаў падаткаабкладання канкрэтнай прадпрымальніцкай дзейнасці з пункту погляду падатку на прыбытак і пералічыце іншыя падаткі, якімі могуць абкладацца прадпрымальнікі.

16. Патлумачце функцыі бухгалтарскіх дакументаў і асноўныя прынцыпы ўліку і запаўнення бухгалтарскіх кніг і спецыяльных бланкаў дзеля дакументавання падатку на прыбытак.

17. Ахарактарызуйце этычныя і неэтычныя паводзіны ў бізнэсе, у тым ліку карупцыю ў эканамічным жыцці, пакажыце сваё разуменне сутнасці і мэтай карпаратыўнай сацыяльнай адказнасці.

18. Пакажыце магчымасці развіцця бізнэсу і дасягнення поспеху на рынку пры поўным захаванні этычных прынцыпаў у бізнэсе.

## ДАДАТКОВАЯ ЛІТАРАТУРА ДА ЎСІХ ТЭМАЎ НА БЕЛАРУСКОЙ МОВЕ

1. Бальцаровіч, Л. Сацыялізм. Капіталізм. Трансфармацыя / Пер. з англ. В. Старавойтавай, С. Сінюты, А. Мадулёвай. Мінск: Лекцыя, 2000. 344 с.
2. Бэрдшоў, Дж. Эканоміка: Дапам. для студэнтаў. Ч. 1: Уводзіны. Мікраэканоміка / Пер. з англ. А. Кудраўцава. Пад рэд. У. Кулажанкі. Мінск: Тэхналогія, БФС, 1996. 560 с.
3. Бэрдшоў, Дж. Эканоміка: Дапам. для студэнтаў. Ч. 2: Макраэканоміка / Пер. з англ. Т. Паваліхінай. Пад рэд. А. Церашкова. Мінск: Тэхналогія, 1999. 527 с.
4. Кароткі эканамічны слоўнік / Пад рэд. М. І. Платніцкага. Мінск: БДЭУ, 1992. 256 с.
5. Кулажанка, У. А. Асновы эканамічнай тэорыі: тэксты лекцый для студэнтаў. Ч. I. Мінск: БДТУ, 1995. 150 с.
6. Працоўнае права // Электронны рэсурс: <https://www.belarus.by/by/business/employment-law>.
7. Слоўнік катэгорый эканамічнай тэорыі / Скл. С. Я. Янчанка і інш. (Дадатак да часоп. «Права і эканоміка»). Мінск, 1999. 288 с.
8. Стварэнне прадпрыемства ў Беларусі // Электронны рэсурс: <https://www.belarus.by/by/business/companies>.
9. Тлумачальны слоўнік гандлёвых тэрмінаў / Пад агульн. рэд. Р. П. Валевіч. Мінск: Вышэйшая школа, 1995. 103 с.
10. Шаліма, П. У. Маркетынг і знешнеэканамічная дзейнасць: Вучэб. дапам. для студэнтаў. Мінск: БДТУ, 2004. 86 с.
11. Шаўлюкоў, А. П. (аўт.-склад.). Англа-беларуска-руская ўліковая лексіка: тэарэтычныя асновы рахунказнаўства; рахункаводства ў вытворчых галінах; міжнародныя стандарты фінансавай справаздачнасці. У 2 ч. Ч. 1: А – І. Ч. 2: J – Y. Гомель : БТЭУ, 2019. 296+296 с.
12. Юрыдычныя патрабаванні да стварэння прадпрыемства // Электронны рэсурс: <https://www.belarus.by/by/business/legal-requirements>.

# ЗМЕСТ

Уводзіны. Што такое прадпрымальнасць? .....	3
I. Рынак і асновы рынкавай эканомікі .....	4
I.1. <i>Рынкавыя механізмы</i> .....	4
I.2. <i>Што такое бізнэс-цыкл?</i> .....	11
I.3. <i>Спажывец на рынку</i> .....	13
Пытанні і заданні да тэмы .....	17
Заданні з падручніка Дж. Бэрдшоў «Эканоміка», ч. 1 .....	18
II. Фінансавы рынак .....	19
II.1. <i>Грошы як аснова фінансавага рынку</i> .....	19
II.2. <i>Асаблівасці фінансавага рынку</i> .....	22
II.3. <i>Інструменты фінансавага рынку</i> .....	23
II.4. <i>Правілы функцыянавання фінансавай сістэмы</i> .....	24
II.5. <i>Органы і інстытуцыі, якія забяспечваюць         функцыянаванне фінансавага рынку</i> .....	25
II.6. <i>Падаткаабкладанне і віды падаткаў</i> .....	31
Заданні і пытанні з падручніка Дж. Бэрдшоў «Эканоміка», ч. 1 і 2 .....	34
III. Рынак працы .....	36
III.1. <i>Сутнасць і функцыі рынку працы</i> .....	36
III.2. <i>Попыт і прапанова працоўнай сілы</i> .....	36
III.3. <i>Мадэлі рынку працы</i> .....	37
III.4. <i>Змены ў структуры працоўнай сілы</i> .....	40
III.5. <i>Асаблівасці рынку працы</i> .....	42
III.6. <i>Фактары, якія ўплываюць на попыт і прапанову         на рынку працы</i> .....	43
III.7. <i>Дзяржаўныя органы на пытаннях занятасці         ў Беларусі і Польшчы</i> .....	48
Заданні і пытанні да тэмы .....	50
Тэсты да тэмы .....	52
Заданні і пытанні з падручніка Дж. Бэрдшоў «Эканоміка», ч. 2 .....	52

IV. Прадпрыемствы і іх функцыянаванне на рынку.....	54
IV.1. Тыты прадпрыемстваў (камерцыйных арганізацый) .....	54
IV.2. Асаблівасці і функцыі прадпрыемства.....	61
IV.3. Крыніцы сродкаў фінансавання дзейнасці прадпрыемства.....	65
IV.4. Бізнэс-план прадпрыемства.....	66
IV.5. Маркетынг.....	69
IV.6. Бухгалтарскі ўлік на прадпрыемстве .....	71
Пытанні і выніковыя заданні да тэмы і ўсяго курса .....	73
ДАДАТКОВАЯ ЛІТАРАТУРА ДА ЎСІХ ТЭМАЎ НА БЕЛАРУСКАЙ МОВЕ.....	76

**Асновы** прадпрымальнасці і прадпрымальніцкай дзейнасці :  
А90 Дапаможнік для вучняў гуманітарнага ліцэя. — Мінск : Рэспубліканскае грамадскае аб'яднанне «Таварыства беларускай школы», 2020. — 80 с.

У эксперыментальным дапаможніку для вучняў гуманітарнага ліцэя на аснове параўнання функцыянавання асобных сегментаў эканамічнай дзейнасці ў сучаснай Беларусі і Польшчы разглядаюцца найважнейшыя паняцці рынкавай эканомікі, апісваюцца базавыя правілы ажыццяўлення прадпрымальніцкай дзейнасці ў гэтых краінах.

Прапануюцца кантрольныя пытанні і заданні, якія дазваляюць ацаніць узровень разумення старшакласнікамі агульных праблем функцыянавання рынкавай эканомікі, фінансавага і працоўнага рынкаў, а таксама існуючых магчымасцяў праяўлення прадпрымальніцкай ініцыятывы.

**ББК 74.26**

**УДК 37.01**

Даведачнае выданне

# АСНОВЫ ПРАДПРЫМАЛЬНАСЦІ І ПРАДПРЫМАЛЬНІЦКАЙ ДЗЕЙНАСЦІ

*Дапаможнік для вучняў  
гуманітарнага ліцэя*

Для ўнутранага карыстання  
ў грамадскай арганізацыі

Падпісана да друку 25.06.2020. Фармат 60×84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>.

Папера афсетная. Друк лічбавы.

Ул.-выд. арк. 2,91. Ум. друк. арк. 4,65.

Наклад 50 асобнікаў.

Надрукавана на офісным абсталяванні  
Рэспубліканскага грамадскага аб'яднання  
«Таварыства беларускай школы»