

В настоящее время основную часть собственных инвестиционных ресурсов энергетических предприятий составляют чистая прибыль и амортизационные отчисления. При этом амортизационные отчисления, во-первых, выступают элементом затрат и участвуют в формировании финансовых результатов деятельности предприятия, во-вторых, представляют собой налоговые вычеты, позволяющие уменьшить налогооблагаемую базу доходов предприятия.

Одним из механизмов, способных активизировать собственные инвестиционные ресурсы энергетического предприятия, является эффективная амортизационная политика. Совершенствование амортизационной политики является комплексной проблемой и взаимодействует с показателями финансового состояния предприятия, платежей и расчетов, собираемостью налогов.

Смысл нововведений в этой сфере заключается в предоставлении предприятиям права самим определять порядок начисления амортизационных отчислений. Начисления амортизации методом суммы чисел лет, уменьшающегося остатка и производительного способа в комплексе позволяют производить начисление амортизационных отчислений и списание их на себестоимость производимой продукции в зависимости от финансового положения предприятия и состояния основных фондов. Предлагаемая система предоставляет предприятиям возможность отказа в течение года от применения нелинейных методов начисления амортизации в случае непредвиденного изменения условий производства или появления убытков.

Разработка организацией собственной амортизационной политики представляет собой переход к качественно иным методам управления затратами и инвестициями. Ведь от того, какие способы и методы начисления амортизации и другие инструменты амортизационной политики будут выбраны, зависит эффективность не только текущей финансово-хозяйственной деятельности, а и возможность воспроизводства амортизируемого имущества (основных средств и нематериальных активов) за счет собственных источников для устойчивого развития в перспективе.

Таким образом, сумма амортизационных отчислений, включаемых в себестоимость продукции, в первую очередь должна оптимально соответствовать размеру средств, необходимых для обновления основных фондов.

### Литература

1. Инструкция о порядке начисления амортизации основных средств и нематериальных активов, утвержденная постановлением Министерства финансов РБ, Министерства экономики РБ.
2. Инструкция по анализу и контролю за финансовым состоянием и платежеспособностью субъектов предпринимательской деятельности: Постановление Минфина РБ, Минэкономна РБ и Минстата РБ № 81/128/65 от 14.05.2004.
3. Ковалев, В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. – М.: Финансы и статистика, 1996.

УДК 658.016.8

## ЖЕНСКАЯ ЗАНЯТОСТЬ

*Густинович Т.В.*

Научный руководитель – ЯЧНАЯ Е.В.

В Беларуси сохраняется достаточно устойчивая тенденция превышения численности женского населения, что в какой-то степени связано с большей продолжительностью их жизни по сравнению с мужчинами. Так, в 2005 году на 1 000 мужчин приходилось 1 130 женщин, причем такая ситуация характерна для населения в трудоспособном

возрасте, начиная с 25 лет. Данный демографический фактор определил более высокую долю женщин в общей численности занятых в экономике – 52,9 %. Их доля остается достаточно стабильной на протяжении последних лет (52,1 % в 1995 году и 52,7 % в 2000 году) и находится в русле общемировой тенденции все большего вовлечения женщин в общественно организованный труд. Однако, учитывая, что женщинам помимо участия в производстве приходится выполнять и семейные обязанности, можно говорить о двойной нагрузке женщин.

Хорошее образование и высокая квалификация позволяет женщинам быть активной силой в процессе экономических и социальных преобразований. Участвуя в общественном производстве, женщины способствуют экономическому росту и, что особенно важно, обеспечивают социальную гармонию и стабильность в обществе. Поэтому необходимо расширение сфер приложения женского труда и создание благоприятных условий раскрытия потенциала женщин именно в тех областях и сферах деятельности, где их труд наиболее эффективен. Это важно не только для формирования политики занятости женщин на перспективу, но и для решения текущих проблем их трудоустройства. Тем более, что в числе официально зарегистрированных безработных большинство по-прежнему составляют женщины 69 %. В условиях напряженной конкуренции наибольшей дискриминации женщины подвергаются в сфере трудоустройства, далее следуют возможности должностного роста, шансы сохранить работу при сокращении и, наконец, уровень оплаты труда.

Женская занятость в республике характеризуется относительно высокой долей работающих женщин в сфере услуг. Так их удельный вес в общей численности – 73,7 %, торговле и общественном питании – 70,5 %. Наиболее низкая доля женщин наблюдается в производственных отраслях: сельском хозяйстве – 39,1 %, промышленности – 45,7 %, строительстве – 22,5 %, на транспорте – 28,9 %.

По сравнению с 2000 годом доля женщин уменьшилась в таких отраслях, как промышленность, строительство, торговля, наука и научное обслуживание, финансы и кредит. Однако причины снижения доли женского труда в выше названных отраслях различны. Так, в производственных отраслях снижение женской занятости обусловлено в основном преимущественным увольнением в ходе реструктуризации производства. В таких отраслях сферы услуг, как финансы, кредит и торговля, доля работающих женщин уменьшилась в связи с активным вовлечением в эту сферу мужчин. Высокая доля женщин в непромышленных отраслях является довольно точным индикатором снижения социального престижа этой сферы и соответственно низкой оплаты труда. Таким образом, конкурентоспособность женщин определяется уменьшением их доли в относительно высокооплачиваемых отраслях материального производства и увеличением – в низкооплачиваемых отраслях, теряющих свой социальный престиж. При этом, как показывает анализ, женщины имеют более высокий образовательный уровень по сравнению с мужчинами. Так, доля женщин с высшим образованием в 2005 году составила 25,3 %, со средним специальным – 28,2 %, профессионально-техническим – 15,9 %, общим средним – 27,6 %, общим базовым – 3,0 %.

Анализ образовательного уровня женщин занятых в экономике показывает, что идет постоянное увеличение численности женщин с высшим и средним специальным образованием. Так доля женщин с высшим образованием возросла с 20,8 % в 2000 году до 25,3 % в 2005 году, со средним специальным – с 27,9 % в 2000 году до 28,2 %. Вместе с тем, женщины, имея более значительный уровень образования, нежели мужчины, реализуют его в наименее оплачиваемых отраслях экономики. Казалось бы, уровень образования должен служить гарантом высокой конкурентоспособности, однако женщины не могут реализовать свой высокий образовательный статус, что влечет за собой снижение их конкурентоспособности по сравнению с мужчинами и феминизацию низ-

кооплачиваемых профессиональных групп на рынке труда. Более высокая доля женщин среди студентов вузов, сохраняющаяся на протяжении последних десяти лет, свидетельствует, что и в дальнейшей перспективе в республике будет наблюдаться рост приоритетности высококвалифицированной женской занятости, которая должна подкрепляться рационализацией их отраслевой структуры и снижением сверхзанятости женщин в общественном производстве.

УДК 339.138

## НЕОБХОДИМОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА В ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКЕ

*Клокель И.Г.*

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент НАГОРНОВ В.Н.

Необходимость маркетинга в рыночной экономике обусловлена наличием на рынке конкуренции – этого главного конституирующего фактора рынка. Нередко встречаются заявления, что в электроэнергетике, в настоящее время высшей степени монополизированной отрасли, маркетинг не нужен. Однако в экономике, основанной на рыночных отношениях, абсолютно монопольных рынков не бывает.

Основными особенностями энергетики и её продукции являются:

- спрос на энергию зависит от уровня экономического развития региона;
- производство и потребление электроэнергии (и в большой степени тепловой энергии) совпадают во времени. Отсюда важность *точного прогнозирования спроса*;
- качество электроэнергии, если оно отвечает имеющимся стандартам, нельзя в отличие от других продуктов и товаров улучшить. Ограничены возможности улучшения качества и тепловой энергии. Отсюда вытекает возможность *только ценовой конкуренции*;
- в электроэнергетике товаром особого рода, следовательно, предметом спроса является не только электрическая и тепловая энергия, но и мощность. Это означает, что *объектом маркетинга является режим потребления электрической и тепловой энергии* в целом: в суточном, недельном и сезонном (годовом) аспектах;
- технические и экономические возможности передачи энергии на большие расстояния ограничены, что *ограничивает возможности экспорта – импорта энергии*;
- в современных условиях энергетическая система обладает естественной монополией на энергоснабжение обслуживаемой территории. *Естественная монополия объективно приводит к практически полному отсутствию конкурентной борьбы и необходимости государственного регулирования цен на электрическую и тепловую энергию*;
- в условиях естественной монополии отрасли рынок – это рынок особого вида, где *продавец и покупатели вынуждены быть партнерами* не только в процессе купли-продажи энергии, но и в выявлении закономерностей спроса на нее.

Специфика энергетического товара делает невозможным перенесение наработанных инструментов маркетинга на предприятия энергетики. Вместе с тем, по составу управленческие функции маркетинга идентичны функциям маркетинга на предприятиях других отраслей, хотя содержательно значительно отличаются.

При моделировании процессов и показателей маркетинга на рынке энергетического товара основное внимание необходимо уделять моделям, позволяющим связывать стоимостные и режимные показатели энергетического товара.