

в частности, произошли определенные улучшения в положении рабочего класса [3]. Корпорации имеют лидирующие позиции во всех областях экономики США. Корпорациям принадлежат 98% доходов обрабатывающей промышленности США, 93% доходов транспорта и связи, 70% доходов внутренней торговли [4. С. 360]. В Японии в корпорациях трудятся более 30 миллионов человек. Подавляющее большинство японской молодежи после получения высшего образования идут на работу в корпорации. Соответственно небольшой частный бизнес вытесняется [5. С. 30]. Увеличивается корпоративная собственность и в Швеции [4]. Так, каждый четвертый швед имеет акции [6]. В Грузии в 1990-х годах XX века тоже появились контуры корпоративного сектора. Несмотря на то, что существуют отдельные корпорации, это явление еще не имеет широкого характера.

1. Корпоративная социальная ответственность, Википедия.
2. *Bell D.* Capitalism today. — New-York, London, 1971.
3. *Beblen T.* Plase of Silense in modern Civilization. — New-York, 1919.
4. *Портер М.*, Международная конкуренция. — М.:, 1993.
5. *Окумура Х.* Корпоративный капитализм в Японии — М.: 1986.
6. *Эклунд К.* Эффективная экономика. — М.: 1991.

Турбан Галина Владимировна

к.э.н., доцент, заведующая кафедрой международного бизнеса, БГЭУ (Беларусь)

Рынок транспортно-логистических услуг Беларуси

По мнению экспертов МВФ экономическая модель Беларуси по-прежнему характеризуется высокой уязвимостью по отношению к экономическим шокам в мировой экономике. Структурные реформы имеют принципиальное значение для повышения роли рынка в экономике, увеличения производительности и конкурентоспособности, обеспечения устойчивого роста. Значительный потенциал для социально-экономического роста Беларуси заложен в развитии транзита и логистики [1]. Доля транспортных услуг в ВВП Республики Беларусь составляет около 10 %. Важнейшим показателем интеграции транспортной системы республики в мировую экономику является рациональное использование существующих транспортных сетей, обеспечивающих кратчайший путь и минимальные временные рамки прохождения грузов между странами ЕС и Азиатско-Тихоокеанского региона. Повышение транзитной привлекательности не может обойтись без транспортной логистики. Логистика позволяет экономить до 15-20 % издержек, связанных с производством и доставкой товаров потребителю. Среди стран СНГ и Балтии по индексу эффективности логистики в 2014 г. лидирует Латвия (36), Эстония (39), затем следует Литва (46 место). Беларусь занимает 99 место. На рынке транспортно-логистических услуг в Беларуси работает более 1000 организаций, которые кроме грузоперевозок в международном сообщении предоставляют услуги по сопровождению груза, оформлению таможенных, товарно-

транспортных и других документов. Стоимость услуг РУП «Белгаможсервис» по обработке и оформлению грузов составляет не более 95 евро. В то же время стоимость аналогичных услуг в России составляет 770 евро, а в Казахстане - 435 евро. Таким образом, Беларусь находится на перекрестке международных транспортных путей, имеет хорошие условия для развития транспортных перевозок.

1. Турбан Г.В. Международные грузоперевозки и логистика в Республике Беларусь в контексте развития глобализации. *Oikonomos: Journal of Social Market Economy*. 2016. № 2 (5). С. 66-75

Диакон Голубев Константин

д.э.н., канд. богословия, проф. БГУУ, главный редактор журнала «Oikonomos»

Маркетинговое управление некоммерческими организациями в социальной рыночной экономике.

Согласно законодательству Республики Беларусь (Ст. 46 ГК РБ), некоммерческие организации могут осуществлять предпринимательскую деятельность лишь постольку, поскольку она необходима для их уставных целей, либо поскольку она необходима для выполнения государственно значимых задач, предусмотренных в их учредительных документах. Принципиальным отличием некоммерческой организации является то, что она не может иметь извлечение прибыли в качестве цели и распределять полученную прибыль между участниками, т.о. продуктом некоммерческих организаций должен быть социальный продукт, не предназначенный к получению прибыли и являющийся частью общественного блага.

О назначении некоммерческих организаций в ст. 46 ГК РБ, говорится, что они могут создаваться для достижения социальных, природоохранных, благотворительных, культурных, образовательных, научных и управленческих целей, охраны здоровья граждан, развития физической культуры и спорта, удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей граждан, а также в иных целях, направленных на достижение общественных благ. Соответственно, в основе оценки эффективности некоммерческих организаций должна быть не экономическая прибыль, а степень достижения указанных социальных целей. Все стороны маркетинга некоммерческой организации должны преследовать цель, определенную при ее создании по достижению именно социального эффекта. В этой связи для анализа продукта некоммерческой организации необходимо принимать во внимание теории общественных благ и теории внешних эффектов (экстерналий).

Особую роль призваны иметь некоммерческие организации при в социальной рыночной экономике [1. С. 31], как способные оказать существенное содействие в реализации основных естественных прав человека, о которых, в частности, идет речь во Всеобщей декларации прав человека (право на жизнь,