

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Учебно-методическое объединение по экономическому образованию

УТВЕРЖДАЮ

Первый заместитель Министра образования
Республики Беларусь

_____ А.Г. Баханович

«___» _____ 20__ г

Регистрационный № ПР _____ /пр.

ВВЕДЕНИЕ В ЭКОНОМИКУ ОТРАСЛИ

Примерная учебная программа по учебной дисциплине
для специальности
6-05-0413-01 «Коммерция»

СОГЛАСОВАНО

Первый заместитель
Министра антимонопольного
регулирования и торговли
Республики Беларусь

_____ И.В. Вежновец

«___» _____ 20__

СОГЛАСОВАНО

Председатель Учебно-методического
объединения по экономическому
образованию

_____ А.В. Егоров

«___» _____ 20__

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления про-
фессионального образования Мини-
стерства образования Республики
Беларусь

_____ С.Н. Пищов

«___» _____ 20__

СОГЛАСОВАНО

Проректор по научно-методической
работе Государственного учреждения
образования «Республиканский инсти-
тут высшей школы»

_____ И.В. Титович

«___» _____ 20__

Эксперт-нормоконтролер

«___» _____ 20__

Минск 2023

СОСТАВИТЕЛИ:

Р.П. Валевич, профессор кафедры экономики торговли и услуг учреждения образования "Белорусский государственный экономический университет", кандидат экономических наук, профессор;

И.М. Микулич, заведующий кафедрой экономики торговли и услуг учреждения образования "Белорусский государственный экономический университет", кандидат экономических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Кафедра экономики торговли учреждения образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации» (протокол № 1 от 30 августа 2023);

Н.В. Мельникова, начальник управления организации торговли и общественно-го питания Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ В КАЧЕСТВЕ ПРИМЕРНОЙ:

Кафедрой экономики торговли и услуг учреждения образования "Белорусский государственный экономический университет"

(протокол № 1 от 7 сентября 2023);

Научно-методическим советом учреждения образования "Белорусский государственный экономический университет"

(протокол № 2 от 02.11.2023);

Научно-методическим советом по коммерческой деятельности Учебно-методического объединения по экономическому образованию

(протокол № _ от __.__.2023).

Ответственный за редакцию: И.М. Микулич

Ответственный за выпуск: И.М. Микулич

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

ХАРАКТЕРИСТИКА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Эффективность функционирования национальной экономики и экономическая безопасность страны в условиях интеграции и глобализации определяются эффективностью работы как отдельных субъектов хозяйствования, так и отдельных ее отраслей. Одним из важнейших условий построения эффективной социально-ориентированной рыночной экономики является подготовка высококвалифицированных специалистов в различных сферах экономики, коммерции, предпринимательства и бизнеса. В современных рыночных условиях активная коммерческая деятельность является залогом успешного функционирования организаций, товарных рынков и в рамках социально-потребительского комплекса, поскольку фаза производства считается завершенной только после реализации изготовленной продукции и получения денежной выручки за проданные товары. Коммерческие функции тем самым становятся постоянным объектом труда и внимания специалистов по всей цепочке продвижения товара – от производства до конечного потребителя товара. В связи с усилением роли коммерции в обеспечении высокой конкурентоспособности отечественных субъектов хозяйствования резко возросли требования к уровню профессиональной подготовки специалистов для осуществления коммерческих операций как внутри страны, так и во внешнеторговой деятельности. Высокое качество труда специалистов предопределяется, прежде всего, глубиной экономических знаний, необходимых им для практической деятельности.

Примерная учебная программа по учебной дисциплине «Экономика отрасли» разработана в соответствии с требованиями образовательного стандарта общего высшего образования по специальности 6-05-0413-01 «Коммерция» и примерного учебного плана по специальности 6-05-0413-01 «Коммерция».

ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель учебной дисциплины «Введение в экономику отрасли»: сформировать у студентов экономическое мышление и вооружить знаниями, навыками изучения экономической среды функционирования отраслей экономики, социально-потребительского комплекса для обеспечения высокой результативности технологических процессов, организаций, что позволит принимать комплексные эффективные решения, обеспечивающие конкурентоспособность отраслей в целом, субъектов на потребительском рынке и тем самым содействовать решению главной цели развития национальной экономики □ повышению качества жизни общества.

Задачи учебной дисциплины:

обеспечить теоретическую подготовку будущих специалистов организаций реального сектора экономики и развить у них соответствующее мышление, позволяющее принимать самостоятельные и эффективные решения;

сформировать четкое представление об особенностях механизма функционирования национальной экономики, ее отраслей, комплексов и экономических субъектов различных организационно-правовых форм, их образующих;

углубить знания в области методологии, логики и организации научных исследований;

ознакомить с методами, приемами и техникой научной, исследовательской и практической работы;

сформировать практические навыки проведения и оформления результатов исследований;

обеспечить внедрение в практику хозяйствования новой философии делового человека.

Материал, изложенный в примерной учебной программе, формировался на основе изучения и анализа мирового опыта развития отраслей экономики и переосмысления теоретических и методологических разработок отечественных и зарубежных ученых по наиболее актуальным проблемам. Учебная дисциплина «Введение в экономику отрасли» тесно увязана с другими учебными дисциплинами по специальности, в том числе «Макроэкономика», «Микроэкономика», «Статистика», «Экономика отрасли» и др.

ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате изучения учебной дисциплины «Введение в экономику отрасли» формируются следующие компетенции:

универсальные:

УК-1. Владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации;

УК-5. Быть способным к саморазвитию и совершенствованию в профессиональной деятельности;

УК-6. Проявлять инициативу и адаптироваться к изменениям в профессиональной деятельности;

базовая профессиональная:

БПК-9. Анализировать потребительский рынок и закономерности его развития, использовать имеющиеся ресурсы в целях наиболее полного удовлетворения интересов населения и общества, осуществлять предвидение и вести прогностическую оценку тенденций и процессов.

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине студент должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развить свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к

активному участию в экономической, производственной, социально-культурной и общественной жизни страны.

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен:

знать:

отраслевую структуру национальной экономики;

методы взаимодействия отраслей национальной экономики;

экономические условия функционирования субъектов хозяйствования;

основы построения и содержание экономической и торговой политики в Республике Беларусь;

законодательную базу, регулирующую деятельность организаций отрасли;

содержание, типы, структуру хозяйственного механизма функционирования организаций отрасли;

методы и методику анализа, прогнозирования, планирования показателей деятельности организации;

основные показатели, характеризующие результативность развития национальной экономики, отраслей, организаций (предприятий);

уметь:

исследовать состояние экономической среды и оценивать ее влияние на деятельность субъектов хозяйствования;

формулировать условия, обеспечивающие достижение экономических интересов субъектов рынка;

анализировать основные показатели, характеризующие развитие отрасли и определять ее место в экономической системе;

оценивать эффекты функционирования межотраслевых комплексов, в том числе социально-потребительского;

определять экономические границы отрасли, товарные и географические границы рынков;

измерять величину покупательных фондов населения, прогнозировать покупательский спрос и его влияние на деятельность субъектов отрасли;

вычислять объемы товарных ресурсов, необходимых для деятельности организаций отрасли;

исследовать рыночную конъюнктуру, рассчитывать емкость рынка;

владеть:

представлениями об особенностях конкурентной среды, сложившейся в отрасли;

методикой анализа состояния товарных рынков и рыночной конъюнктуры;

подходами к анализу тенденций развития отрасли и межотраслевых комплексов;

инструментарием оценки показателей развития отрасли, а также разработки мероприятий по достижению целей ее развития;

способами наращивания емкости рынка и потенциала отрасли.

Всего на изучение учебной дисциплины «Введение в экономику отрасли» отведено 108 часов, в том числе 50 аудиторных. Примерное распределение

аудиторных часов по видам занятий: лекции – 26 часов, практические – 20 часов, семинарские – 4 часа.

Трудоемкость учебной дисциплины «Введение в экономику отрасли» составляет 3 зачетные единицы.

Рекомендуемая форма промежуточной аттестации – зачет.

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование разделов, тем	Количество аудиторных часов			
		Всего	лекции	практические	семинарские
	Раздел 1. Экономические основы развития отраслей				
1.	Отраслевая структура национальной экономики	4	2		2
2.	Место и значение отрасли в системе национальной экономики	4	2		2
	Раздел 2. Экономическая среда функционирования отрасли и субъектов хозяйствования				
3.	Экономическая среда: понятие, элементы, факторы и методы исследования	4	2	2	
4.	Социально-потребительский комплекс: принципы формирования и направления развития	4	2	2	
5.	Покупательский спрос: формы проявления, механизм формирования и учета в деятельности организаций	8	4	4	
6.	Предложение и формирование товарных ресурсов	4	2	2	
	Раздел 3. Механизм и условия функционирования субъектов хозяйствования				
7.	Организация как субъект хозяйствования и бизнес-структура	6	4	2	
8.	Хозяйственный механизм функционирования отрасли	8	4	4	
9.	Механизм взаимодействия государства с субъектами рынка	8	4	4	
	Итого	50	26	20	4

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

РАЗДЕЛ 1. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕЙ

Тема 1. Отраслевая структура национальной экономики

Национальная экономика и ее связь с экономической системой. Цели, индикаторы и показатели эффективности ее развития.

Классификация секторов экономики. Понятие отрасли в национальной экономике. Признаки отрасли. Принципы формирования отрасли. Истоки формирования отраслевой структуры национальной экономики.

Развитие технологических укладов и технологий как факторы отраслевой диффузии. Взаимосвязь отраслей экономики. Межотраслевые комплексы и факторы, обуславливающие их создание. Эффекты (масштаба, охвата, синергия, триггерный, эффект от создания и коммерциализации инноваций, возможность соблюдения баланса интересов участников) формирования межотраслевых комплексов. Место социально-потребительского комплекса в национальной экономике.

Деление отраслей на основе признания вида экономической деятельности. Экономические границы отрасли. Факторы и показатели, характеризующие тенденции развития отраслей и отраслевой структуры национальной экономики. Анализ состояния и изменений отраслевой структуры национальной экономики, ее регионов и отраслей. Особенности функционирования отраслей, обеспечивающих жизнедеятельность национальной экономики (промышленность, сельское хозяйство, транспорт, строительство, связь, торговля, общественное питание, бытовые услуги и др.).

Модель функционирования национальной экономики. Экономический рост и развитие – как результат реализации модели социально-ориентированной рыночной экономики инновационного типа. Основные черты рыночной модели хозяйствования: многообразие форм собственности, их равноправие и соревнование, трудовая основа собственности, использование рынка как главной формы координации деятельности участников общественного производства, развитие системы социальных гарантий и социальная поддержка населения, плановость и гибкость развития.

Тема 2. Место и значение отрасли в системе национальной экономики

Роль, функции и задачи отрасли в системе национальной экономики. Сфера товарного производства, товарного обращения, потребления товаров и услуг, взаимосвязь и взаимозависимость, тенденции и закономерности роста и развития. Торговля как форма обмена в сфере воспроизводственных процессов. Сфера торговли и услуг и их вклад в формирование валового и регионального внутреннего продукта, добавленной стоимости.

Торговля как отрасль экономики. Определение границ отраслевого рынка. Необходимость, возможность и причины обособления торговли в самостоятельную отрасль национальной экономики. Характерные свойства отрасли торговля как открытой системы: упорядоченность, самоорганизация,

стремление к устойчивости, цикличность развития в динамике и др. Состав торговой отрасли: розничная торговля, оптовая торговля, общественное питание; торговля на национальном и внешнем рынках. Место и роль торговли в экономической жизни общества. Основные этапы развития товарного обращения и формирования торговой отрасли.

Торговля как вид предпринимательской деятельности. Понятие торговой деятельности, ее двойственный характер. Субъекты и объекты торговой деятельности, их права и обязанности. Экономические связи торговли с другими отраслями экономики. Экономические границы торговой деятельности.

Экономические предпосылки и принципы устойчивого развития отрасли в современных условиях. Черты и тенденции развития отрасли. Глобализация, интеграция и их влияние на развитие компаний и торговых систем. Основные направления развития отрасли в среднесрочной и долгосрочной перспективе. Показатели и тенденции, характеризующие развитие отрасли в Республике Беларусь.

РАЗДЕЛ 2. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СРЕДА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОТРАСЛИ И СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Тема 3. Экономическая среда: понятие, элементы, факторы и методы исследования

Сущность понятия «экономическая среда», его взаимосвязь с экономической системой. Экономическая среда как единство экономических условий для развития предпринимательства, бизнеса, создания стимулов к труду. Факторы экономической среды. Субъекты экономической среды. Показатели, характеризующие состояние и развитие экономической среды.

Компоненты экономической среды. Внешняя и внутренняя среда. Типы внешней среды: изменяющаяся, враждебная, глобализационная, техническая, технологическая. Влияние типа внешней среды на экономику. Свойства внешней среды: разнонаправленность действия факторов, взаимозависимость, динамизм, изменчивость, неопределенность, содействующие развитию и препятствующие.

Понятие ближней, дальней экономической среды, прямого и косвенного действия. Факторы ближней среды: деловое окружение, поставщики, потребители, конкуренты, органы власти. Факторы дальней экономической среды: социальные (демография, возраст, уровень образования, состав семьи, здоровье); экономические (состояние национальной и мировой экономик, личный доход, занятость); политические (политическая ситуация и др.).

Факторы прямого воздействия на экономическую среду: государство, поставщики ресурсов, инфраструктура товарных рынков, потребители, численность и плотность населения, урбанизация, экономический рост, инфляция, уровень развития промышленного производства и др.

Структура внешней среды для хозяйствующего субъекта: макросреда (экономическая, политическая, правовая, научно-техническая, социально-

культурная, экологическая); микросреда (потребители, поставщики, посредники, конкуренты).

Внутренняя среда как совокупность условий, элементов, факторов, которые находятся в зоне контроля организации и оказывают влияние на ее функционирование и развитие. Ключевые составляющие внутренней среды хозяйствующего субъекта: цели, организация, культура, персонал, задачи, технологии, запасы и др.

Модель внутренней среды организации: миссия и цели, организационная структура, задачи, персонал, культура хозяйствования, технологии. Объективные (финансы, информация, организационная структура, технологии) и субъективные (стиль управления, квалификация, опыт, процессы) составляющие внутренней среды.

Экономическая внутренняя среда как предпосылка (отражение) экономического потенциала организации. Понятие экономического потенциала и формы его проявления. Факторы развития экономического потенциала.

Устойчивость развития экономической среды □ условие устойчивого развития экономического потенциала страны, региона, организации. Формы устойчивости: финансовая, рыночная, торгово-производственная, информационная, внешнеторговая и др.

Анализ экономической среды: объект, предмет, цели, задачи, этапы. Методы исследования состояния, перспектив развития экономической среды: PEST-анализ, SWOT-анализ, SNW-анализ, по методу пяти конкурентных сил по Портеру, QEST-анализ и др. Оценка результатов анализа.

Конкурентная среда на отраслевом рынке: институциональная структура, пространственная организация, организационно-правовые формы субъектов хозяйствования, методы государственного регулирования отрасли. Структура механизма формирования конкурентной среды; наличие конкурентного потенциала, конкурентного климата и инвестиционная привлекательность. Предпосылки развития конкурентной среды.

Факторы, влияющие на формирование конкурентного потенциала отрасли и организаций: институциональные, экономические, социальные.

Формирование конкурентных условий развития отрасли. Подходы к оценке конкурентоспособности.

Тема 4. Социально-потребительский комплекс: принципы формирования и направления развития

Экономическая система и подсистемы общества: социально-экономическая; природно-экономическая; демографическая; технико-экономическая. Результат экономической системы и условия для ее развития. Структура социально-экономической системы и ее элементы.

Экономическая среда, ее субъекты и объекты. Основные факторы экономической среды. Внешняя и внутренняя среда, их основные элементы и свойства. Макро- и микросреда функционирования субъектов рынка. Факторы прямого и косвенного воздействия, оценка силы их влияния. Факторы и условия, определяющие устойчивость субъекта хозяйствования

Понятие социально-потребительского комплекса. Состав отраслей, его образующих. Задачи, решаемые потребительским комплексом. Производственный элемент комплекса. Социально-культурный и социально-бытовой элементы комплекса. Взаимосвязи в социально-потребительском комплексе. Особенности в деятельности структур потребительского комплекса. Критерии эффективности функционирования социально-потребительского комплекса.

Рынок потребительских товаров и услуг: сущность, роль и задачи, структура, элементы, функции и свойства, способы взаимодействия. Взаимосвязь с потребительским комплексом и особенности функционирования в современных условиях хозяйствования. Специфические признаки рынка потребительских товаров и услуг. Регуляторы рынка. Показатели эффективности механизма функционирования потребительского рынка. Роль государства в обеспечении стабильности развития рынка потребительских товаров и услуг.

Закономерности и тенденции развития рынка потребительских товаров и услуг. Состояние и перспективы развития рынка потребительских товаров и услуг. Влияние интеграционных объединений на рынок потребительских товаров и услуг Республики Беларусь.

Субъекты и объекты потребительского рынка, механизм их взаимодействия. Факторы, способствующие установлению эффективных отношений между субъектами рынка: ориентация на потребителя, общие цели позиционирования, участие в принятии решений, доверие, честность, надежность, обмен информацией, координация, последовательность действий, выполнение договоров в установленные сроки и качественно, справедливое распределение прибыли, своевременное проведение платежей, планирование запасов. Парадоксы потребительского рынка.

Механизм взаимодействия субъектов рынка потребительских товаров и услуг и их модификация.

Методы исследования состояния потребительского рынка. Емкость рынка и методы ее измерения. Общие и специфические показатели оценки емкости рынка. Информационная база оценки емкости рынка. Тенденции изменения емкости рынка. Оценка емкости интернет-торговли.

Направления и факторы трансформации торговых процессов на современном этапе развития.

Конъюнктура как экономическая категория. Конъюнктурообразующие факторы. Мониторинг рынка: цели, задачи, организация, методы его исследования и прогнозирования. Система понятий и показателей, используемых для изучения рыночной ситуации. Источники и виды информации, необходимые для изучения конъюнктуры рынка и способы ее получения.

Конъюнктурный обзор. Структура конъюнктурного обзора и методика его разработки. Особенности исследования и прогнозирования потребительского рынка. Методы прогнозирования конъюнктуры рынка.

Использование результатов мониторинга рынка в деятельности торговой организации.

Тема 5. Покупательский спрос: формы проявления, механизм формирования и учета в деятельности организаций

Потребности – исходная предпосылка формирования рынка потребительских товаров и услуг. Диалектика развития потребностей. Покупательский спрос – как форма проявления потребностей и условие развития потребительского рынка. Факторы, определяющие объем, структуру и динамику развития спроса. Социальные нормативы как система основополагающих условий развития покупательского спроса. Минимальный потребительский бюджет, потребительская корзина, минимальная заработная плата. Показатели, используемые для оценки тенденций развития покупательского спроса. Основные тенденции изменения спроса.

Поведение потребителей и его влияние на тенденции изменения покупательского спроса. Особенности проявления спроса отечественных потребителей.

Эластичность и ее виды. Эластичность спроса от цены и доходов. Факторы, влияющие на эластичность спроса.

Закономерности и тенденции, характеризующие процесс развития потребительского спроса. Прогнозирование спроса как элемент экономической системы. Информационное обеспечение прогнозирования спроса. Этапы прогнозирования спроса. Данные выборочных обследований бюджетов домашних хозяйств. Результаты расчета общего объема денежных доходов, реально располагаемых денежных доходов и расходов населения – важнейший источник получения информации и результат прогнозирования покупательского спроса, объема и структуры. Методы прогнозирования потребительского спроса и учет результатов прогноза в деятельности организации.

Тема 6. Предложение и формирование товарных ресурсов

Товарное предложение как экономическая категория и составной элемент рынка. Взаимосвязь товарного предложения и спроса потребителей. Экономический механизм взаимодействия торговли и производства. Особенности и источники формирования товарных ресурсов. Структура товарных ресурсов. Современный механизм, задачи и методы управления товарными ресурсами. Факторы, определяющие объем и структуру товарных ресурсов, и степень их соответствия покупательскому спросу. Прогнозирование как элемент системы управления товарными ресурсами. Баланс формирования и использования товарных ресурсов, методы его разработки. Балансы спроса и предложения. Основные тенденции изменения спроса и предложения на рынке потребительских товаров и услуг.

РАЗДЕЛ 3. МЕХАНИЗМ И УСЛОВИЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Тема 7. Организация как субъект хозяйствования и бизнес - структура

Организация как субъект хозяйствования и как система. Организация: понятие, характерные признаки и принципы функционирования. Организация как первичный элемент потребительского рынка. Внешняя и внутренняя среда организации. Факторы среды прямого и косвенного воздействия.

Основные признаки (черты) организации: организационное единство, экономическая обособленность, экономическая самостоятельность, хозяйственно-оперативная самостоятельность, обособленное имущество, ответственность за результаты хозяйствования, единоначалие, участие в хозяйственном обороте от собственного имени, наличие статуса юридического лица, соблюдение законности и легитимности деятельности.

Функции и принципы функционирования организаций.

Классификация организаций. Организационно-правовые формы организаций торговли. Типы организаций, факторы их определяющие. Собственность и формы хозяйствования.

Структура организации. Процессы, осуществляемые в организациях: учет, статистика, анализ, стратегическое и оперативное планирование, мотивация, принятие решений, их реализация и контроль исполнения, регулирование, нормирование и координация во времени и пространстве, диспетчеризация, ресурсообеспечение, маршрутизация предметов труда, организация труда и обслуживания, выявление резервов развития.

Философия, этика и принципы хозяйственной деятельности организаций: удовлетворять потребности потребителя в товарах, продукции, услугах; способность развивать свой рынок; соблюдение интересов общества; соответствие принимаемых решений этике и хозяйствования, принятым (используемым) национальной экономикой; способность сотрудников развивать свои способности в рамках

Рыночная модель функционирования организации: преобразование ресурсов, оптимизация затрат и результатов, учет требований социальной и природной среды, маркетинг на входе и выходе, количественные и качественные показатели деятельности. Движущие интересы, мотивы, цели и стимулы развития национальной экономики, деятельности организаций, собственников, учредителей, работников, потребителей, контрагентов и механизм их соблюдения. Факторы коммерческого успеха и позитивного имиджа организации. Экономические границы развития организаций. Жизненный цикл объекта, установленная норма прибыли, наличие (отсутствие) спроса на продукцию и услуги, уровень конкуренции, отсутствие новых идей, ограниченность ресурсов.

Стратегии и концепции развития организации и факторы, обуславливающие их реализацию. Особенности регионального размещения организации.

Объекты и субъекты торговли. Соотношение понятий: организация, предприятие, фирма. Торговая организация: понятие, характерные признаки и принципы функционирования. Торговая организация как социально-экономическая система, ее особенности, элементы и основные черты. Торговая организация и инновационная активность. Современные форматы в торговле и перспективы их развития.

Тема 8. Хозяйственный механизм функционирования отрасли

Экономические интересы субъектов рынка: сущность, виды и сферы проявления. Противоречивость экономических интересов и условия достижения баланса. Принципы построения и реализации механизма взаимодействия субъектов на рынке. Показатели и оценка степени достижения экономических интересов субъектами рынка. Факторы, определяющие поведение хозяйствующих субъектов на рынке и возможности соблюдения баланса их экономических интересов.

Теоретико-методологические основы формирования и развития механизма взаимодействия и поведения субъектов на рынке. Экономический механизм взаимодействия субъектов рынка.

Ограниченность ресурсов и проблема выбора как экономическая предпосылка формирования хозяйственного механизма.

Понятие хозяйственного механизма и его сущностные характеристики. Типы хозяйственного механизма: теоретический, нормативный, реальный. Требования, предъявляемые к механизму хозяйствования: ориентация всех структурных звеньев хозяйственного механизма на достижение высоких конечных результатов с минимально допустимыми затратами; обеспечение самостоятельности и самокупаемости каждой структурной единицы и подразделения торговых организаций; использование новых научных подходов и разработок в практике экономического хозяйствования (система сбалансированных показателей, распределение затрат и результатов по центрам ответственности; бизнес-планирование, бюджетирование и др.), ориентация всех звеньев хозяйственного механизма на удовлетворение потребностей населения и хозяйствующих субъектов; сочетание личных и общественных интересов; соблюдение экономических интересов участников торгово-производственного процесса; соблюдение принципа равенства всех субъектов хозяйствования; научная обоснованность методов хозяйствования; комплексность взаимосвязей, обеспечивающая его целостность, непрерывность функционирования, наличие прямых и обратных связей между элементами механизма, гибкость, способность к оперативным изменениям форм и методов хозяйствования при изменениях внутренней и внешней среды хозяйствования.

Базовые принципы рыночного механизма организации: экономичность, прибыльность, финансовая устойчивость, ориентированность на потребителя, возрастание рыночной стоимости организации (объектов бизнеса).

Структура хозяйственного механизма: прогнозирование и планирование, хозрасчетные отношения, экономические стимулы, организационная структура управления.

Экономическая сущность планирования и прогнозирования, отличие понятий. Виды планов: стратегические, тактические, оперативные, планы развития, планы-программы, бизнес-планы, плановые бюджеты и др. Цели, задачи, принципы, объекты, этапы, методы прогнозирования и планирования. Сочетание краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных горизонтов планирования. Предпосылки и информационная база для составления планов деятельности торговой организации. Нормативы и ограничения, учитываемые при составлении планов. Критерии выбора наилучшего варианта плана из имеющихся альтернатив. Процесс выработки плановых заданий.

Экономический анализ и его роль в прогнозировании и планировании торгово-производственной деятельности. Цели, задачи, приемы и методы экономического анализа. Система показателей, используемых при проведении анализа. Способы анализа. Факторный анализ. Использование экономико-математических методов анализа. Документальное оформление результатов анализа.

Организация хозрасчетных отношений, основанная на принципах самоокупаемости и самофинансирования. Принципы хозрасчетных отношений в торговых организациях и с контрагентами. Методы сочетания полного и внутреннего хозрасчета. Прибыль как конечный результат деятельности. Материальная ответственность за результаты использования ресурсного потенциала организации.

Экономические стимулы – важнейший элемент хозяйственного механизма. Виды и разнообразие экономических рычагов и стимулов: оплата труда, торговые надбавки, наценки, цены, налоги, методы и направления распределения и использования прибыли.

Организационная структура управления как форма и метод разделения труда по принятию и реализации управленческих решений в целях соблюдения принципов хозяйственного механизма и развития организации.

Тема 9. Механизм взаимодействия государства с субъектами рынка

Система рыночной саморегуляции деятельности хозяйствующих субъектов, достижения и проблемы. Роль государства в разрешении проблем рынка. Государственное регулирование развития отрасли и деятельности субъектов отрасли. Основные направления, принципы и методы государственного регулирования отрасли.

Сфера интересов государства: социальная защита, защита окружающей среды, защита прав и свобод граждан, защита демократии, защита информации, защита потребителей, соблюдение законов конкуренции. Нормативно-правовые документы, регулирующие процесс взаимоотношений организаций и государства.

Методы и инструменты реализации экономической политики государства на рынке потребительских товаров и услуг. Роль государства в обеспечении стабильности его развития.

Формы прямого воздействия государства на деятельность организаций: государственная регистрация, государственный контроль за размещением, соблюдение стандартов качества, результатов деятельности, трудового и социального законодательства, государственный контроль, контроль за ценами, контроль экологической и санитарной безопасности, обязательное соблюдение государственных требований к бухгалтерскому отчету и отчетности.

Методы косвенного регулирования деятельности организаций: размещение госзаказов с гарантированным материально-техническим обеспечением, политика регулирования доходов, бюджетно-налоговая политика, финансово-кредитная политика, политика социальных гарантий, стимулирование развития предприятий малого и среднего бизнеса, стимулирование инвестиционной и инновационной деятельности, регулирование экспортных и импортных операций.

Государственно-частное партнерство. Принципы согласования интересов корпоративного и государственного характера. Социальная ответственность бизнеса и ее элементы. Механизм реализации социальной ответственности в отрасли. Система социальных стандартов, программ развития отрасли и потребительского рынка в Республике Беларусь.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Основная литература

1. Быченко, О. Г. Экономика отрасли : учеб.-метод. пособие / О.Г. Быченко, Т. Г. Потемкина ; М-во трансп. и коммуникаций Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т трансп. – Гомель : БелГУТ, 2019. – 49 с. – Цифровое электр. изд. – Загл. с тит. экрана. – Электр. текст. дан. – 0,80 Мб. – Систем. требования: Adobe Reader.
2. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков : учебник для академического бакалавриата : для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям : [в 2 ч.] / Н.М. Розанова ; Высшая школа экономики, национальный исследовательский университет. – 3-е изд., переработанное и дополненное. – М.: Юрайт, 2016. – Ч. 1. – 344, [1] с. : ил.
3. Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков : учебник для академического бакалавриата : для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям : [в 2 ч.] / Н.М. Розанова ; Высшая школа экономики, национальный исследовательский университет. – 3-е изд., переработанное и дополненное. – М.: Юрайт, 2016. – Ч. 2. – 312, [2] с. : ил., табл.
4. Экономика торговли : учебник / Р. П. Валевиц [и др.] ; под ред. Р. П. Валевиц, И. М. Микулич. – Минск : БГЭУ, 2023. – 735 с.
5. Экономика торговли. Экономика отрасли : практикум для реализации содержания образовательных программ высшего образования I ступени и переподготовки руководящих работников и специалистов / Белкоопсоюз, Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации, Кафедра экономики торговли ; [авт.-сост.: Т. В. Гасанова, Т.Н. Сыроед, Т. В. Емельянова и др.]. – Гомель : БГЭУ, 2019. – 152 с.

Дополнительная литература

6. Заздравных, А. В. Теория отраслевых рынков : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры : учебник и практикум для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям / А.В. Заздравных, Е. Ю. Бойцова. – М.: Юрайт, 2017. – 286, [2] с. : ил. – (Бакалавр и магистр. Академический курс).
7. Лысенко, Н. Н. Экономика отрасли : учебное пособие / Н. Н. Лысенко. – Южно-Сахалинск : СахГУ, 2020. – 282 с.
8. Прыгун, И.В. Экономика торговой организации: лабораторный практикум / И.В. Прыгун, С.И Кабушкина. – Минск: БГЭУ, 2017. – 178 с.
9. Экономика торговли: учебное пособие. В 2 ч. Ч.1 / А. З. Коробкин [и др.]; под ред. А.З. Коробкина . – Минск: Вышэйшая школа, 2020. – 271 с.

Нормативные и законодательные акты

1. Указ Президента Республики Беларусь от 18 января 2019 г. № 27 «Об оплате труда работников бюджетных организаций».
2. Закон Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» от 8 января 2014 г. № 128-3 // (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 21.01.2014, 2/2126) – новая редакция <H11400128>.
3. Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей» от 9 января 2002 г. № 90-3 (изменения и дополнения от 4 января 2014 г. № 106-3) // (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, от 29.10.2015 N 313-3.) <H11400106>.
4. Закон Республики Беларусь «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» от 8 января 2018 г. № 98-3// (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 02.02.2018, 2/2536) – новая редакция <H11800098>.
5. Закон Республики Беларусь «Об урегулировании неплатежеспособности» от 13 декабря 2023 г. № 227-3// (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 17.12.2023, 2/2947) – <H11994561>.
6. Инструкция по бухгалтерскому учету доходов и расходов, утв. Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь 30.09.2011 №102 (в редакции Постановления Министерства финансов Республики Беларусь от 22 декабря 2018 г. № 74 (зарегистрировано в Национальном реестре - № 8/33714 от 29.12.2018 г.) <W21833714>).
7. Инструкция по бухгалтерскому учету основных средств: Утв. Постановлением Министерства финансов РБ от 30.04.2012 г. №26 (в ред. постановления Минфина от 08.02.2013 N 11).
8. Инструкция о порядке начисления амортизации основных средств и нематериальных активов: утв. Постановлением Министерства экономики Республики Беларусь, Министерства финансов Республики Беларусь и Министерства архитектуры и строительства Республики Беларусь от 27.02.2009 № 37/18/6 (в ред .19.12.2019.№ 25/79/70).
9. Об определении критериев оценки платежеспособности субъектов хозяйствования: Постановление Совета Министров РБ от 12.12.2011 г. №1672 в ред. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 22 января 2016 г. № 48 Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 28.01.2016, 5/41599) <C21600048>.

**Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине
«Введение в экономику отрасли»**

Для организации самостоятельной работы по учебной дисциплине «Введение в экономику отрасли» рекомендуется использовать современные информационные технологии: разместить в сетевом доступе комплекс учебных и учебно-методических материалов (учебно-программные материалы, учебное издание для теоретического изучения дисциплины, методические указания по выполнению индивидуальных и групповых творческих заданий, материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации, позволяющие определить соответствие учебной деятельности обучающихся требованиям образовательного стандарта общего высшего образования и учебно-программной документации, в т.ч. вопросы для подготовки к промежуточной аттестации, задания, тесты, вопросы для самоконтроля, тематика рефератов и др.), список рекомендуемой литературы, информационных ресурсов и др.

Перечень рекомендуемых средств диагностики

Для диагностики компетенций по учебной дисциплине «Введение в экономику отрасли» могут использоваться следующие формы: устная, письменная, устно-письменная и техническая.

К устной форме диагностики компетенций относятся опросы; доклады на семинарских занятиях и др.

К письменной форме диагностики компетенций относятся тесты, контрольные работы, эссе, рефераты, деловые игры и др.

К устно-письменной форме диагностики компетенций относятся презентации, отчеты по домашним заданиям с их устной защитой и др.

К технической форме диагностики компетенций относятся электронные тесты и др.