

УДК 001.1
ББК 72я431
М 75

Редакционная коллегия: Н. А. Сныткова, канд. экон. наук, доцент;
М. В. Тимошенко, канд. экон. наук, доцент;
Т. В. Шабловская, канд. экон. наук, доцент;
И. В. Трусевич, канд. экон. наук, доцент;
Н. В. Яцевич, канд. экон. наук;
В. Л. Кузьменко, канд. экон. наук;
Е. П. Багрянцева, канд. техн. наук, доцент

Рецензенты: Г. А. Короленок, д-р экон. наук, профессор, проректор по научной работе
Белорусского государственного экономического университета;
Г. С. Митюрин, д-р физ.-мат. наук, профессор, профессор кафедры товароведения
продовольственных товаров Белорусского торгово-экономического университета
потребительской кооперации

Молодежь для науки и бизнеса: разработки и перспективы : сборник научных статей III международного форума молодых ученых, посвященного 50-летию Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации / редкол. : Н. А. Сныткова [и др.] ; под науч. ред. канд. экон. наук, доцента Н. А. Снытковой. – Гомель : учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2014. – 220 с.
ISBN 978-985-540-157-6

В издании представлены результаты научных исследований, проведенных молодыми учеными Беларуси, России, Украины.

Сборник состоит из шести разделов, которые посвящены исследованию актуальных научных проблем в области компьютерных технологий и инноваций, маркетинга, менеджмента и логистики, мировой и национальной экономики, товароведения, экспертизы и безопасности товаров, финансов, бухгалтерского учета и анализа, экономики отраслей и организаций.

Авторы опубликованных статей несут ответственность за содержание и достоверность информации. Мнение авторов может не совпадать с мнением редакционной коллегии.

Сборник прошел рецензирование и редактирование.

УДК 001.1
ББК 72я431

ISBN 978-985-540-157-6

© Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2014

I. КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИННОВАЦИИ

В. В. Бондарева (v_bond@rambler.ru),
канд. техн. наук, доцент, доцент кафедры
информационно-вычислительных систем

В. В. Еремин (eremin.v@gmail.com),
магистрант

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

WEB-ТЕХНОЛОГИИ ПЕРЕДАЧИ И ОБРАБОТКИ ИНФОРМАЦИИ

Рассматриваются методы передачи и обработки данных от клиента к серверу и от сервера к клиенту в сети «Интернет», особенности использования статических и динамических страниц, возможности применения клиентских и серверных сценариев для решения различных задач при формировании информационного наполнения Web-страниц.

Examines methods of transmission and processing of data from the client to the north and from the server to the client over the Internet, features of use of static and dynamic pages, the possibility of using the client and server scenarios for various tasks in the formation content of Web-pages.

Наиболее популярным средством доступа к информации в сети «Интернет» на сегодняшний день является служба World Wide Web (WWW). В ее основе лежит идея распределенной гипермедийной информации. World Wide Web – это название глобальной гипертекстовой системы, которая для передачи информации использует Интернет. Современные гипертекстовые информационные системы условно можно представить в виде совокупности нескольких компонентов:

- системы хранения гипертекстовых объектов;
- системы отображения гипертекстовых объектов;
- системы подготовки гипертекстовых объектов;
- системы программирования просмотра совокупности гипертекстовых объектов.

Технология WWW только к 1996 г. получила законченный, функционально полный вид. Первыми были разработаны системы хранения и просмотра (1989–1991 гг.), которые продолжают развиваться и в настоящее время. После 1990 г. стали появляться первые системы подготовки документов. Наконец, в 1995 г. были предложены первые языки управления сценариями просмотра.

Явная навигация в Web позволяет добраться до самых разнообразных информационных серверов, содержащих специально подготовленную информацию. Основные объемы информации, циркулирующей в сети «Интернет», передаются от серверов на клиентские компьютеры. Как правило, информация обрабатывается перед ее отображением в программах просмотра, причем обработка может выполняться как на сервере, так и на клиентском компьютере.

После того как клиентский компьютер передает с помощью протокола HTTP серверному компьютеру запрос на получение страницы, сервер передает в ответ весь текст, обнаруженный в требуемом файле. Вслед за тем, как данные страницы поступают на клиентский компьютер, браузер выполняет полученный код для вывода страницы на экран, учитывая, какой именно код содержится в файле с данными страницы, каковы предпочтения пользователя, каковы размеры экрана и другие факторы.

В случае использования статических страниц, написанных на языке HTML, содержимое файла на сервере полностью совпадает с исходным кодом страницы, поступившим на клиентский компьютер, т. е. не изменяется при просмотре. Такой подход предоставляет следующие преимущества:

- этот код может быть правильно отображен в любом браузере;
- может быть легко обеспечено адекватное отображение этого кода в устройствах многих других типов;

- каждый запрос выполняется быстро, с использованием минимальных ресурсов;
- язык HTML является простым в изучении, а автоматическое формирование этого кода можно обеспечить очень легко;
- разработчики программ для Web имеют возможность быстро вносить небольшие изменения в отдельные страницы.

Безусловно, статический код HTML имеет также свои недостатки:

- при использовании этого кода трудно управлять процессом создания, оформления и компоновки страницы;
- по мере увеличения количества страниц сложности, связанные с применением статического кода HTML, стремительно возрастают;
- такой код не обеспечивает применения достаточно выразительных интерактивных средств;
- при использовании статического кода HTML затрудняется задача включения значимых метаданных о странице;
- применение статического кода HTML не позволяет успешно отображать быстро изменяющееся информационное наполнение или обеспечивать персонализацию (учет потребностей конкретного пользователя).

Для преодоления указанных ограничений были разработаны многочисленные дополнительные технологии, включая языки JavaScript и VBScript, каскадные таблицы стилей, применяемые в клиентском коде апплеты Java, а также средства поддержки серверных сценариев, предоставляющие такие возможности, как подключение к базе данных. Эти технологии обеспечивают дополнительную функциональность Web-страниц и позволяют создать динамические страницы.

Динамические HTML-страницы позволяют решать более широкий круг задач по сравнению со статическими. В качестве динамических должны рассматриваться почти любые страницы, код которых содержит какие-либо конструкции, отличные от конструкций простого, стандартного кода HTML. В клиентском коде под динамическим информационным наполнением могут подразумеваться мультимедийные презентации, прокручиваемые заголовки, автоматически обновляющие сами себя страницы или элементы, способные исчезать и появляться, т. е. обеспечение пользовательского интерфейса. В серверном коде динамическое информационное наполнение подразумевает содержимое страницы, наполнение которого происходит на основании запроса на передачу страницы, т. е. применяется для обработки данных.

В последнее время средства поддержки серверных сценариев находят все более широкое распространение, поэтому в распоряжение пользователей Web все чаще поступают динамически сформированные HTML-страницы.

Наиболее часто дополнения к простому коду HTML реализуются после поступления страницы в клиентское приложение. К этим дополнениям относятся расширения, обеспечивающие лучшее форматирование, например, каскадные таблицы стилей, средства Dynamic HTML, а также клиентские языки сценариев, такие как JavaScript и VBScript, апплеты Java и объекты Flash. Средства поддержки всех этих технологий, как правило, встроены в программное обеспечение современного браузера.

С помощью клиентских сценариев можно решить множество задач:

- обработка событий, инициированных пользователем (щелчок кнопкой мыши, нажатие клавиши и др.);
- обработка данных, введенных пользователем в форму, перед их отправкой на сервер;
- изменение параметров отдельных элементов документа и браузера (изменение значений атрибутов, стилевых параметров и даже тегов);
- запись и чтение cookie;
- управление процессами во времени и т. д.

Достоинством клиентских технологий является высокая скорость реакции на действия пользователей, так как не требуется передавать данные на сервер.

Клиентские технологии имеют ряд недостатков, например их выполнение полностью зависит от браузера, а между браузерами разных производителей могут быть большие отличия. Клиентские технологии не позволяют выполнять какие-либо задачи, требующие подключения к серверу базы данных.

Серверные сценарии выполняют задачи, с которыми достаточно сложно справиться с помощью клиентских сценариев:

- прием и обработка данных, введенных посетителями Web-страницы;
- сохранение данных в файлах и базах данных, расположенных на стороне сервера;
- передача данных по электронной почте;
- модификация графических изображений;

- поддержка работы счетчика посещения страниц, гостевой книги, форума, интернет-магазина, защиты страниц сайта паролем и т. д.

Для поддержки серверных сценариев необходимо установить на компьютер специальное программное обеспечение (Web-сервер, интерпретатор языка, систему управления базами данных и др.). Такая машина обеспечивает синтаксический анализ и интерпретацию страниц, написанных на определенном языке.

Для создания серверных сценариев могут быть использованы языки SSI, PHP, Perl, Python, ASP и т. д.

В состав Windows входит сервер Internet Information Services (IIS), который обеспечивает поддержку Web, FTP, FrontPage, транзакций, Active Server Pages (ASP) и подключений к базам данных. Однако чаще используется сервер Apache, который позволяет создавать динамические сайты с использованием различных языков программирования (например, PHP).

PHP – это серверный язык сценариев, который может быть внедрен в код HTML для развертывания в браузере. Преобразование программы на языке PHP в HTML производится на сервере, по сети передается готовый для просмотра код. Благодаря выполнению на сервере, программа на языке PHP может отображать данные, которые динамически изменяются (например, текущее состояние прайс-листа или текущие котировки курсов акций).

В Web имеется одна возможность, которую можно использовать для передачи информации, – это формы. Язык HTML предоставляет возможность создавать на страницах формы для ввода пользовательской информации. При навигации по страницам часто можно встретить некоторую форму, которую необходимо заполнить. Форма, заполненная в клиентской части системы, поступает на обработку соответствующему программному сценарию, связанному с данной формой в серверном узле Web.

Существует два метода передачи информации от формы к обработчику (GET и POST). Введенные пользователем данные должны быть обработаны в обработчике формы, в качестве которого может выступать PHP-код. Конкретный метод указывается в атрибуте METHOD формы, а имя обработчика в атрибуте ACTION (например: `<form action = "http://localhost/base.php" method = "get">`).

Механизмом передачи информации между формой и обработчиком событий являются суперглобальные массивы `$_GET`, `$_POST`, `$_COOKIE`, `$_ENV`, `$_SERVER` и др. Данные из полей ввода форм автоматически присваиваются элементам этих массивов. В качестве индексов элементов массивов используются имена элементов ввода, задаваемые в их свойстве NAME.

Метод GET предусматривает передачу параметров в составе строки запроса, которая представлена в формате универсального идентификатора ресурса URL (например: `http://localhost/base.php?T1=bteu&Submit=Select`).

Эта строка будет использована браузером как адрес страницы, на которую следует перейти. Знак вопроса «?» после имени файла обозначает начало передачи переменных методом GET. После него следуют пары «имя=значение», разделенные символом амперсанда «&». Так браузер автоматически присоединяет данную информацию к URL при отправке запроса Web-серверу.

Получить доступ к GET-параметрам можно через суперглобальный массив `$_GET`, указав в квадратных скобках после него имя параметра. Передача данных методом GET не всегда является удобной по следующим причинам:

- пользователь может видеть значение параметров и легко подделывать их в строке запроса;
- объем передаваемой информации через GET-параметры ограничен (как правило, 8 Кбайт).

Существует еще один способ передачи данных – через тело документа. Для этого предназначен метод POST. Для получения POST-параметров необходимо использовать суперглобальный массив `$_POST`.

У метода POST также есть свои особенности:

- Объем передаваемой информации через POST-параметры также ограничен (как правило, 8 Мбайт).

- Страницы, загруженные с его помощью, невозможно записать в закладки браузера, а страницы, загруженные с помощью метода GET, можно, так как они содержат всю необходимую информацию в URL. Кроме того, страницы, работающие с помощью метода POST, не могут быть проиндексированы поисковыми машинами.

- Несмотря на то, что информация не видна пользователю, она не шифруется и может быть доступна хакерам. Для того чтобы гарантировать безопасность информации, необходимо использовать защищенное соединение с безопасным сервером.

Решение о том, какой метод можно использовать в форме, зависит от задач, решаемых с помощью данной формы.

М. В. Бочков (maksimbochkov@gmail.com),
преподаватель кафедры товароведения,
коммерции и маркетинга

Н. А. Хромцова (hna@vib.edu.ru),
канд. техн. наук, доцент, зав. кафедрой прикладной
информатики и естественно-математических наук

Вологодский институт бизнеса
г. Вологда, Российская Федерация

ОРГАНИЗАЦИЯ СПОРТИВНОГО СОРЕВНОВАНИЯ КАК ИМИДЖЕВОГО МЕРОПРИЯТИЯ И ИМПУЛЬСА К РАЗВИТИЮ ЗДОРОВОЙ НАЦИИ

Данная статья посвящена описанию спортивного мероприятия на примере реализации на международном уровне. Возникает необходимость формирования здорового образа жизни молодого поколения за счет спортивных командных занятий, рационального распорядка дня участников, сбалансированного питания, формирования моральных и жизненных ценностей, чувства патриотизма и толерантности, обогащения культурно-историческими ценностями и потенциалом народов России и стран Европы.

Для решения указанных проблем современной молодежи предлагается разработка и реализация Международной командной спортивной квест-игры, направленной на популяризацию среди молодежи спорта и здорового образа жизни за счет внедрения качественно новых форм спортивной активности, эффекта синергии спорта с культурным и историческим наследием, природно-климатическим потенциалом.

This article describes a sporting event by implementing internationally. There is a need of a healthy lifestyle of the younger generation through team sport activities, management of the daily routine of participants, balanced nutrition, and the formation of moral values, a sense of patriotism and tolerance, enriching cultural values and potential of the peoples of Russia and Europe.

To solve the problems of modern youth are invited to develop and implement the International team sports quest game aimed at popularizing the sport among young people and a healthy lifestyle through the introduction of qualitatively new forms of sports activities, sports synergies with cultural and historical heritage, climatic potential.

Здоровье человека – это состояние полного социального, физического и духовного благополучия. Именно объединение рассмотренных составляющих здоровья каждого человека в единое целое формирует здоровую молодую нацию любой страны.

Физическая составляющая определяет уровень роста и развития органов, а также систем организма. Психическая и духовная составляющие определяют состояние психической, моральной и духовной сферы. Признаками культурного (духовного) здоровья являются функционирование процессов мышления, памяти, воображения, внимательности, способность адекватно оценивать и принимать свои чувства и ощущения, осознанно управлять своим эмоциональным состоянием, развивать свой интеллект, иметь определенные моральные идеалы и жизненные ценности. Социальная составляющая определяет способность человека как личности свободно и осознанно выбирать ту или иную социальную роль, осознавать возможные последствия своих действий, брать на себя ответственность за их результат. Социальная составляющая проекта формируется за счет изучения истории, толерантного отношения к другим народам, умения вести диалоги с представителями других народов.

Здоровье не случайно занимает высочайшую ступень в иерархии человеческих потребностей и ценностей. Полностью реализовать себя, свои интеллектуальные, моральные и физические возможности способен только здоровый человек.

В связи с вышеперечисленным возникает необходимость формирования здорового образа жизни молодого поколения за счет спортивных командных занятий, рационального распорядка дня участников, сбалансированного питания, формирования моральных и жизненных ценностей, чувства патриотизма и толерантности, обогащения культурно-историческими ценностями и потенциалом народов России и стран Европы.

В настоящее время проблемы, на решение которых сводится разработка новых спортивных занятий, можно свести к следующим:

- снижение спроса и интереса к традиционным видам и формам спортивных мероприятий и спортивных занятий;
- массовая популяризация неспортивных форм человеческой активности, замещение активного образа жизни человека на виртуальные формы взаимодействия посредством IT-технологий, пассивное восприятие зачастую готовой информации;
- смена приоритетов общества от сохранения и поддержания здорового образа жизни к обществу массового потребления и ведения пассивного образа жизни подрастающим поколением;

- снижение мобильности молодежи, отсутствие желания к взаимообогащению наследия культур соседних народов;

- формирование криминогенной мотивации среди молодежи за счет незанятости и неустойчивости молодого поколения, неумения рационально использовать свое свободное время.

Здоровье нашего общества в настоящее время напрямую связано не только с состоянием общественного здравоохранения, но и с самим образом жизни людей. Основу качественной определенности современного молодого человека составляют деловитость, инициативность, предприимчивость, стремление к инновациям и поиск возможности реализовать собственный творческий потенциал. Мы живем в такое время, когда среди молодых людей получили широкое распространение пагубные привычки, пассивный и преступный образ жизни, которые приводят к разрушению личности человека.

Результаты социологического исследования, проведенного Всероссийским центром изучения общественного мнения, Послание Президента Российской Федерации В. В. Путина Федеральному Собранию свидетельствуют о росте наркомании и преступности среди молодежи, ухудшении морально-психологического климата общества в целом. Особую тревогу вызывают правонарушения молодежи. Темпы роста преступности среди этой категории граждан значительно опережают взрослую преступность: молодые люди в возрасте 14–29 лет совершают 57% всех преступлений. В их числе велика доля подростковой преступности. Преступность несовершеннолетних и молодежи во всем мире является одной из самых актуальных социальных проблем. Рост такой преступности характерен, прежде всего, для развитых капиталистических стран. К основным причинам преступности несовершеннолетних и молодежи западные специалисты относят безработицу среди молодежи, неуверенность молодых людей в будущем, неудовлетворенность современным способом управления обществом.

Для решения указанных проблем современной молодежи предлагается разработка и реализация Международной командной спортивной квест-игры, направленной на популяризацию среди молодежи спорта и здорового образа жизни за счет внедрения качественно новых форм спортивной активности, эффекта синергии спорта с культурным и историческим наследием, природно-климатическим потенциалом территории России и Европы.

Проект предполагает увлекательное спортивное квест-приключение четырех молодежных команд. Состав первых двух команд формируют участники из России и братской Республики Беларусь, состав двух других команд – участники из стран Европейского Союза. Регламентированное количество участников каждой команды – 15 чел. Движение команд происходит по заданному маршруту с конечными пунктами в г. Вологда (Российская Федерация) и г. Амстердам (Нидерланды) через территорию Республики Карелия, Чудское озеро (Псковская область), г. Санкт-Петербург, г. Рига (Латвийская Республика), г. Калининград, г. Гданьск (Польша), г. Гамбург (Германия).

Актуальность проекта обеспечивается:

- ролью спорта и физической культуры, которая является неотъемлемой частью жизни каждого человека, оказывает положительное влияние на организм человека, поддерживает здоровье, хорошую физическую форму;

- необходимостью поддержания тесных культурных связей современной молодежи с исторически близкими для России народами, их традициями и богатой историей, усилением туристского потенциала российских территорий для граждан Российской Федерации, Республики Беларусь и Европейского Союза;

- усилением чувства толерантности к многообразию народов в глобализирующемся мире, их истории, культуре и языку;

- укреплением роли русского языка в странах Европы и международном общении среди молодежи.

Цель проекта заключается в привлечении молодежи к активному, спортивному образу жизни, популяризации среди молодежи спорта и здорового образа жизни за счет внедрения качественно новых форм спортивной активности, эффекта синергии спорта с культурным и историческим наследием, природно-климатическим потенциалом территории России и стран Европы.

Проект рассчитан на граждан Российской Федерации, Республики Беларусь и стран Европейского Союза в возрасте от 16 до 30 лет (независимо от рода и сферы деятельности, семейного положения, достатка).

Уникальной особенностью проекта является комплексное синергичное сочетание следующих возможностей:

- Участие в увлекательных спортивных мероприятиях, состязаниях и заданиях (спуск по горным рекам, эстафетное движение по канатным нитям, восхождение на горы, водопады и многое другое) благодаря уникальному природно-климатическому потенциалу Республики Карелия.

- Для российских и белорусских участников изучение культурных традиций соседних для России народов и стран за счет эффекта погружения и реального пребывания на территории нескольких стран и их столиц.

- Для участников из стран Европейского Союза возможность более детально познакомиться с культурой, историей и традициями Русского Севера, погрузиться в атмосферу самобытности русских деревень и глубинки.

- Выполнение спортивных и умозаключительных (квест) заданий, требующих от участников смекалки, сообразительности и умственных усилий. Решение поставленных квест-заданий включает такие блоки, как культура, история, язык и многое другое о тех народах и странах, которые задействованы в проекте. Такие квест-задания сочетают в себе прогулку на свежем воздухе и позволяют узнать не только основные туристические достопримечательности, но и тайны, о которых не знают даже коренные жители города.

- Диалог российской, белорусской и европейской молодежи за счет тесного, дружеского, неформального общения в процессе совместных спортивных и логических заданий.

- Погружение участников в языковую среду четырех стран.

- Посещение участниками около десяти городов Российской Федерации и Европейского Союза, отличающихся уникальной архитектурой, знаменитыми зданиями и представляющих собой целую историческую эпоху. Например, Вологда является одним из самых древних городов России, культурным центром Вологодской области. На сегодняшний день Вологда – это кладовая русских традиций, родина удивительных ремесел и промыслов, а Чудское озеро – место проведения такого исторически важного события XIII в., как Ледовое побоище.

- Участие высшего учебного заведения (Вологодского института бизнеса) в воспитании социально, физически и духовно здоровой молодежи.

Отличительная черта проекта – применение эффекта синергии в результате соединения спорта, культуры и истории нескольких народов и стран в единое целое. Данное мероприятие может проводиться ежегодно и привлекать к участию все новых и новых участников.

Ожидаемым результатом реализации проекта является формирование физически, духовно и социально здорового молодого поколения, которое способно испытывать чувства патриотизма, толерантности и уважения к представителям других народов, умеет вести межкультурный диалог, ориентироваться в истории развития и становления своего и близких к России народов.

О. И. Еськова (oieskova@rambler.ru),
канд. техн. наук, доцент, доцент кафедры
информационно-вычислительных систем

Б. Х. Мухтаров (baxa90@mail.ru),
магистрант

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ПРОГРАММНЫЕ СРЕДСТВА РАЗРАБОТКИ ЭЛЕКТРОННЫХ УЧЕБНЫХ ПОСОБИЙ

Рассматриваются функциональные возможности и особенности программных продуктов для разработки электронных учебных пособий.

Functionality and features of software products for development e-learning courses are considered.

Современные условия развития образования требуют адаптации методики обучения к новым возможностям информационных технологий. В частности, широко распространяется дистанционный подход к обучению, а также использование электронных учебных пособий в классическом очном образовании. Поэтому разработчики программного обеспечения уделяют большое внимание созданию программных средств, дающих возможность автору-методисту самостоя-

тельно, без помощи программистов, создавать и оформлять электронные конспекты лекций, обучающие и контролирующие задания, тесты, электронные учебно-методические комплексы и др.

На сегодняшний день рынок программного обеспечения для разработки электронных учебных пособий неуклонно расширяется. К наиболее популярным программам относятся iSpring Suite, Moodle, Adobe Captivate, REDCLASS Course, Document Suite, Easygenerator, CourseLab и др. Целью данной статьи является обзор возможностей этих программных продуктов.

Программа iSpring Suite – это набор инструментов для создания интерактивных электронных курсов с тестами, опросами, интерактивными элементами, а также аудио- и видеосопровождением. Программа конвертирует PowerPoint-презентации в целостные учебные курсы, интегрируемые в любую SCORM/AICC – совместимую систему дистанционного обучения [1].

Компания «Ай Спринг» (iSpring) с 2005 г. разрабатывает программные продукты для создания Flash-презентаций и электронных учебных курсов. Первые продукты компании были выпущены под брендом FlashSpring:

- FlashSpring Pro (конвертер PowerPoint в Flash);
- FlashSpring Ultra (программа для создания SCORM-совместимых курсов).

С 2008 г. компания «Ай Спринг» начала адаптировать инструменты для российского рынка. В 2010 г. продукт iSpring Presenter был награжден золотой медалью в номинации «Достижения в технологиях обучения – 2010». В настоящее время вся линейка продуктов iSpring доступна на русском языке.

Программа iSpring Suite включает в себя три модуля, которые вместе позволяют создавать полнофункциональные электронные курсы:

- модуль iSpring Pro, позволяющий создавать Flash-презентации и курсы для дистанционного обучения в PowerPoint; программа предоставляет простой и быстрый способ записи и синхронизации аудио- и видеосопровождения с анимацией и слайдами презентации;
- модуль iSpring QuizMaker (программа для создания интерактивных тестов, анкет и опросов в формате Flash), позволяющий создавать курсы с ветвлением в зависимости от ответов пользователя на вопросы тестов.
- модуль iSpring Kinetics, который представляет собой набор шаблонов интерактивных элементов, включающий электронную книгу, интерактивный каталог, временную шкалу и базу часто задаваемых вопросов.

Программа Moodle – система управления обучением или виртуальная обучающая среда. Представляет собой свободное (распространяющееся по лицензии GNU GPL) Web-приложение, которое дает возможность создавать сайты для онлайн-обучения [2].

Система реализует философию «педагогика социального конструкционизма» и ориентирована, прежде всего, на организацию взаимодействия между преподавателем и учениками, хотя подходит и для организации традиционных дистанционных курсов, а также поддержки очного обучения.

Система Moodle переведена на десятки языков, в том числе и русский, и используется почти в 50 тыс. организаций из более чем 200 стран мира. Лидером и идеологом системы является М. Дугиамас из Австралии. Проект является открытым, и в нем участвует множество других разработчиков. Русификацию системы Moodle осуществляет команда добровольцев из России, Беларуси и Украины.

Финансирование проекта осуществляется в основном за счет сети официальных партнеров, которые оказывают услуги установки, технической поддержки, хостинга, консультирования, интеграции, доработки и др. Все официальные партнеры выплачивают членские взносы и процент с продаж в пользу компании «Мудл» (MOODLE PTY LTD AS TRUSTEE FOR THE MOODLE TRUST), которой руководит М. Дугиамас. Большая часть наиболее активных разработчиков ядра Moodle представлена сотрудниками фирмы «Мудл».

Система Moodle написана на языке PHP с использованием базы данных SQL. Программа Moodle может работать с объектами SCO и отвечает стандарту SCORM. Благодаря развитой модульной архитектуре ее возможности могут легко расширяться сторонними разработчиками. Существенное расширение функциональных возможностей системы Moodle достигается за счет интеграции подсистемы для организации вебинаров (вебконференций) (например, «ВизардФорум»).

Система Adobe Captivate (ранее – RoboDemo) – программа электронного обучения для операционных систем Microsoft Windows и MacOS X (начиная с пятой версии), которая может быть использована для демонстрации программного обеспечения, записи видеоуроков, создания

учебных презентаций, различных тестов в формате *.swf и симуляции программ конвертации сгенерированных файлов из формата *.swf в формат *.avi, загрузки на сайты видеохостинга [3].

Программа Adobe Captivate также можно использовать для создания скрин-кастов, подкастов и конвертирования презентаций Microsoft PowerPoint в формат Adobe Flash. Созданные с помощью данной системы скрин-касты занимают намного меньше места, чем полноценные записи с экрана.

Пользователи могут редактировать Captivate-презентации для добавления эффектов, активных точек, текстовых областей, видео и т. д., авторы – редактировать содержимое и изменять время появления того или иного элемента. Нажатие на активные точки позволяет переходить как на другие слайды, так и на внешние ссылки. Система Captivate поддерживает импорт изображений, презентаций PowerPoint, видео, flash и аудио в любой слайд проекта.

Изначально продукт назывался Flashcam и разрабатывался как программа записи с экрана компанией «Нексус Концептс» (Nexus Concepts). Он был переработан в инструмент E-learning и переименован в RoboDemo после того, как компания «Нексус» была куплена фирмой «ИХелп» (eHelp). Вскоре компания «Макромедиа» (Macromedia) приобрела фирму «ИХелп». Незадолго до того как корпорация «Эдоб Систем» (Adobe System) приобрела компанию «Макромедиа», имя программы было изменено на Captivate.

Система REDCLASS Course – это комплекс программ, предназначенный для создания и модификации учебных материалов дистанционных курсов. Она позволяет формировать учебные курсы в форматах SCORM 1.2 и SCORM 2004, а также в форматах, поддерживаемых системами REDCLASS Pro и REDCLASS Learning.

Программа Document Suite – автоматизированное средство создания электронных учебников с возможностью проверки полученных знаний. К основным функциям данной программы относятся:

- создание электронных учебников с возможностью проверки знаний и учета результатов;
- экспорт учебных материалов на Web-узел с поддержкой навигации и функций проверки знаний;
- пакетное добавление, удаление или изменение текстовой информации в наборах файлов;
- декомпозиция содержания документа на отдельные файлы для возможности их использования в интернет-ресурсах;
- печать фрагментов текста из файлового набора.

Система Easygenerator – простая в использовании и в то же время полноценная среда для разработки электронных обучающих материалов. Программа Easygenerator совместима со стандартом SCORM. Созданные курсы можно использовать как самостоятельно, разместив на сайте или записав на мультимедийный диск, так и в средах дистанционного обучения (например, Moodle) [4].

Данная система позволяет организовать совместную работу разработчиков курсов: все материалы хранятся на сервере, можно работать с ними из любого места, где есть доступ к сети «Интернет».

Программа CourseLab – популярный редактор электронных учебно-методических комплексов, к ключевым особенностям которого относятся следующие [5]:

- позволяет создавать и редактировать учебный материал в среде WYSIWYG (что видите, то и получите в результате);
- не требует от автора материала знания языка HTML или каких-либо языков программирования;
- объектный подход позволяет строить учебный материал практически любой сложности;
- открытый объектный интерфейс позволяет легко расширять библиотеки объектов и шаблонов, в том числе и за счет созданных самим пользователем;
- наличие встроенных механизмов анимации объектов;
- возможность вставки в курсы любого Rich-media содержимого (Adobe Flash, Shockwave, Java, видео в различных форматах и т. п.);
- простые механизмы вставки и синхронизации звукового сопровождения;
- возможность импорта в учебный материал презентаций Microsoft PowerPoint;
- наличие встроенного механизма захвата экранов, позволяющего легко создавать симуляции работы различных программных продуктов;
- наличие простого встроенного языка описания действий;
- опытному пользователю редактор предоставляет дополнительные возможности через прямой JavaScript-доступ к свойствам объектов и функциям проигрывателя курсов.

Последняя версия программы CoursLab 2.7 русифицирована и снабжена большим количеством объектов, упрощающих разработку. Имеется большое количество методических материалов и учебных пособий по ее использованию.

Электронные учебные курсы, созданные с помощью редактора CourseLab, в зависимости от способа публикации поддерживают следующие стандарты в области электронного обучения:

- AICC (<http://www.aicc.org/>);
- SCORM 1.2 (<http://www.adlnet.org/>);
- SCORM 1.3 (SCORM 2004) (<http://www.adlnet.org/>).

Редактор CourseLab сертифицирован фирмой «Эй-Ди-Эль» (ADL) на соответствие стандарту SCORM 2004.

Электронный учебный курс может быть от начала и до конца разработан в редакторе CourseLab. После того как редактирование курса закончено, запускается процесс публикации, в результате которого создается ZIP-пакет, структурированный в соответствии с выбранным при публикации стандартом. Такой пакет содержит все необходимые для работы курса файлы и специальные файлы (файлы метаданных), хранящие информацию о структуре курса. Затем пакет с учебным курсом импортируется в систему дистанционного обучения с помощью процедуры импорта электронных учебных курсов, являющейся частью системы.

В зависимости от предполагаемого последующего использования курс может быть опубликован в разных вариантах:

- для запуска с компакт-диска;
- для размещения в системе дистанционного обучения, поддерживающей тот или иной стандарт (AICC, SCORM 1.2, SCORM 2004);
- для последующего редактирования в системе CourseLab TeamWork.

Выбор программного продукта для разработки электронного учебного пособия является нелегкой задачей. Кроме имеющейся функциональности, наличия русифицированной версии и методической поддержки, нередко решающими аргументами становятся стоимость программы, наличие бесплатной или пробной версии.

Список литературы

1. **Ispring**. Программы для дистанционного обучения [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ispring.ru>. – Дата доступа : 10.01.2014.
2. **Moodle** – Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Moodle>. – Дата доступа : 10.01.2014.
3. **Adobe Captivate 7 & the universe of eLearning** [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.adobe.com/ru/products/captivate.html>. – Дата доступа : 10.01.2014.
4. **Easygenerator: E-Learning Software** [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.easygenerator.com>. – Дата доступа : 10.01.2014.
5. **Редактор** электронных курсов CourseLab [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.courselab.ru>. – Дата доступа : 10.01.2014.

А. С. Обчинец (alesiaobchinets@gmail.com),
преподаватель кафедры
естественнонаучных дисциплин

Белорусский государственный педагогический
университет имени М. Танка
г. Минск, Республика Беларусь

КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ НА УРОКЕ МАТЕМАТИКИ В НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЕ

В статье раскрывается роль умения моделировать в начальном курсе математики как одного из общеучебных умений младших школьников, подчеркивается целесообразность сбалансированного использования «традиционных» и компьютерных моделей на современном этапе развития общества, описывается работа с электронным средством обучения «Математика. 2–4 класс».

In this article the role of an ability to model in the Elementary Course of Mathematics as a part of all-educational abilities of primary school pupils is introduced, expediency of balanced use “traditional” and computer models at the present stage of society development is emphasizes, the work with the e-teaching tool “Mathematics. 2–4 classes” is described.

Математика имеет ярко выраженный модельный характер: используя свои понятия, формулы, правила и законы, она воспроизводит явления и события окружающей нас действительности. Согласно В. А. Штоффу, моделью называют «...мысленно представляемую или материально реализованную систему, которая, отображая или воспроизводя объект исследования, способна замещать его так, что ее изучение дает нам новую информацию об этом объекте» [1], а процесс построения модели можно назвать моделированием. Следовательно, для успешного обучения учащихся математике как предмету необходимо формировать у них общеучебное умение моделировать.

Умение моделировать является неременным условием формирования и развития продуктивного мышления учащихся, оказывает существенное влияние на эффективное усвоение понятий, имеющих теоретический характер, а также на общее развитие познавательной активности учащихся. На I ступени общего среднего образования для более интенсивного обучения учащихся учителя используют широкий круг учебных моделей. Учащиеся активно моделируют условия задач в тетрадях, на доске и партах, используя «подвижные» и «неподвижные» модели [2]. Однако современное развитие общества непосредственно связано с развитием компьютерных технологий, которые проникают во все сферы деятельности человека, и компьютеризация образования является неотъемлемой частью этого процесса. Но возможность формирования умения моделировать при помощи электронных средств обучения, что соответствует современному социальному запросу, представлена только отдельными учителями и в экспериментальных целях. На наш взгляд, сбалансированное использование «традиционных» и компьютерных моделей не только повышает эффективность в овладении математическими знаниями и навыками, но и позитивно влияет на заинтересованность учащихся в самом процессе обучения.

Применение компьютеров для решения разнообразных задач обучения, воспитания и развития учащихся обосновывается в целом ряде исследований [3–6]. По мнению А. П. Ершова [4], «компьютер является наиболее адекватным техническим средством обучения, поддерживающим деятельностный подход к учебному процессу во всех его звеньях: потребность – мотивы – цель – условия – средства – действия – операции».

В Республике Беларусь практика использования компьютеров учащимися начальной школы возможна благодаря введению в учебную программу начальной школы специальных курсов, таких, например, как «Информашка», «Развивающая информатика» по изучению компьютеров и компьютерных программ [7]. Известно, что за последние годы число детей, умеющих пользоваться компьютером, значительно увеличилось. Как отмечает большинство исследователей, эти тенденции будут ускоряться независимо от школьного образования. Примечательно, что учащиеся не только любят работать с компьютерами, но и правильно понимают его значение. Однако у них не привит интерес к использованию обучающих программ наряду с развлекательными, что связано, в первую очередь, с их нешироким использованием непосредственно в педагогической практике.

В настоящее время в Беларуси идет становление новой системы образования, ориентированной на вхождение в мировое информационно-образовательное пространство. Этот процесс сопровождается существенными изменениями в педагогической теории и практике учебно-воспитательного процесса, связанными с внесением корректив в содержание технологий обучения, которые должны быть адекватны современным техническим возможностям и способствовать гармоничному вхождению ребенка в информационное общество. Компьютерные технологии призваны стать не дополнительным «довеском» в обучении, а неотъемлемой частью целостного образовательного процесса, значительно повышающей его эффективность.

В рамках государственной программы «Комплексная информатизация системы образования Республики Беларусь» в 2011 г. мы принимали участие в создании электронного средства обучения (ЭСО) «Математика. 2–4 классы» [8]. Данное ЭСО является дополнительным средством обучения математике на I ступени общего среднего образования и представляет собой набор интерактивных моделей и упражнений, которые учитель может использовать на уроке наряду с другими средствами обучения математике во 2–4 классах.

При разработке комплекса интерактивных учебных упражнений для 2–4 классов «Загрузи машину 1, 2» мы ставили целью обучить школьников общеучебному умению моделировать на примере формирования некоторых частных умений, входящих в это сложное умение: умение выбирать модель и умение дополнять модель.

Покажем работу по выбору и дополнению модели, представленную в упражнении «Загрузи машину» (ЭСО «Математика. 2–4 классы»).

В начале работы в центре окна появляется общая инструкция по выполнению задания (рисунок 1). Учащимся предлагается выбрать подходящую схему или схематическую иллюстрацию и после этого заполнить ее нужными числовыми данными.

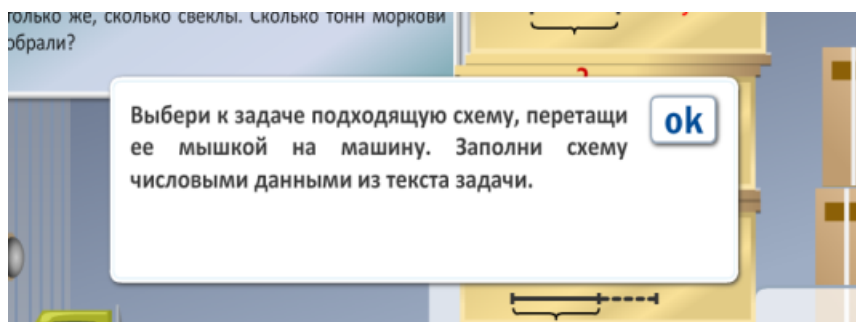


Рисунок 1 – Инструкция по выполнению задания

На рисунке 2 мы видим одну из предлагающихся учащимся задачу. Ребенок внимательно читает задачу, анализирует ее условие, находит числовые данные и искомое, а затем выбирает соответствующую схематическую иллюстрацию и при помощи мыши перетягивает ее на машину.



Рисунок 2 – Первый этап выполнения задания

Если схематическая иллюстрация была выбрана верно, дверь склада открывается и для машины загорается предупредительный свет (рисунок 3).

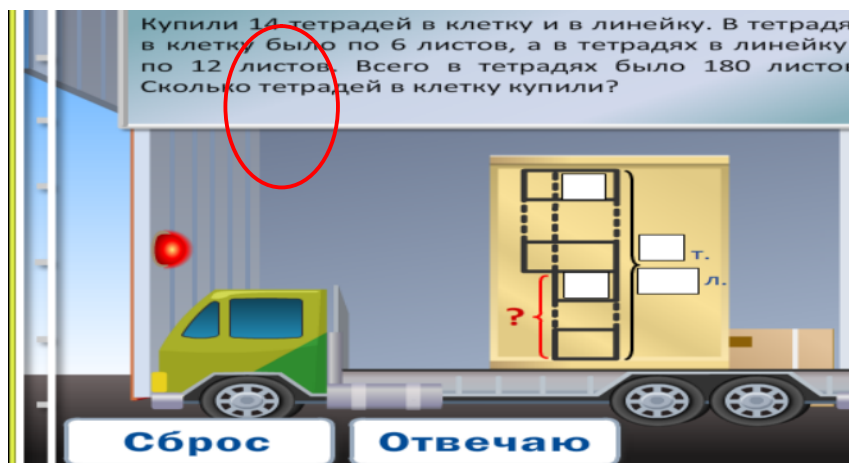


Рисунок 3 – Второй этап выполнения задания

Затем учащийся должен дополнить схематическую иллюстрацию числовыми данными из условия задачи. Когда учащийся уверен, что заполнил все правильно, он нажимает кнопку *Отвечаю*, если же он передумал и решил изменить схематическую иллюстрацию или числовые данные, он может нажать кнопку *Сброс* и начать упражнение заново.

При правильном выполнении задания для машины загорается зеленый свет, и она выезжает со склада, а внизу окна появляется надпись «Молодец! Верно». При неверном ответе учащемуся предлагается попробовать еще раз выполнить задание, при этом он сам решает, делать это или нет (рисунок 4).



а



б

Рисунок 4 – Информирование учащегося о верном (а) либо неверном (б) ответе

В нижнем правом углу окна отображена панель с номерами задач, что позволяет передвигаться по блоку упражнений в любом порядке и решать, с какой задачей удобнее работать в данный момент (рисунок 5). Также она позволяет увидеть, какие упражнения были выполнены правильно, а какие – нет.



Рисунок 5 – Панель управления порядком выполнения заданий и фиксации результатов

Из описанных примеров видно, что данная компьютерная программа доступна учащимся I ступени общего школьного образования, поэтому учителю не придется каждый раз объяснять алгоритм работы, что минимизирует затраты времени на достижение определенной дидактической цели урока. Из практики работы с описываемым ЭСО в 4 классах средней школы № 70

г. Минска мы заметили, что учащиеся с восторгом приняли данный вид работы и с удовольствием выполняли предложенные задания несмотря на то, что решение задач у них вызывало сложности. Следует отметить, что у данных учащихся не возникало трудностей в прохождении заданий с технической стороны: они чувствовали себя уверенно и с легкостью использовали необходимые кнопки, представленные в окне программы. Таким образом, у учащихся при проведении данной работы формируется умение выбирать нужную модель и дополнять ее числовыми данными для поиска решения текстовой арифметической задачи в увлекательной игровой форме.

Однако при использовании в работе данного ЭСО необходимо учитывать ряд дидактических условий для эффективного применения компьютерных средств обучения. Их отсутствие может привести к нежелательным последствиям (утомляемости учащихся, ухудшению зрения, ограничению их подвижности). К такого рода условиям можно отнести, например, рациональное использование ЭСО, а также соответствие выбранных комплексов заданий теме и дидактической цели урока, достаточный уровень методических знаний и умений самого учителя для проведения данной работы.

Кроме того, специфика преподавания в начальных классах предполагает многовариантное использование дидактических приемов и методов обучения в рамках одного урока. Проведение же урока в кабинете информатики психологически настраивает учащихся на длительный контакт с компьютером и снижает мотивацию к усвоению знаний, умений и навыков традиционными методами. При этом работа ученика начальной школы за компьютером по санитарным нормам не может продолжаться более 15–20 мин.

Мы планируем продолжить изучение возможностей компьютерной визуализации при обучении математике в начальных классах в рамках дальнейшей исследовательской работы.

Список литературы

1. **Штофф, В. А.** Моделирование и философия / В. А. Штофф. – М. ; Л. : Наука, 1966. – 301 с.
2. **Салмина, Н. Г.** Знак и символ в обучении / Н. Г. Салмина. – М. : МГУ, 1988. – 286 с.
3. **Босова, Л. Л.** Подготовка младших школьников в области информатики и ИКТ: опыт, современное состояние и перспективы / Л. Л. Босова. – М. : БИНОМ : Лаборатория знаний, 2009. – 271 с.
4. **Ершов, А. П.** Избранные труды / А. П. Ершов ; отв. ред. И. В. Поттосин. – Новосибирск : Наука, 1994. – 413 с.
5. **Клейман, Г. М.** Школы будущего. Компьютеры в процессе обучения / Г. М. Клейман. – М. : Радио и связь, 1987. – 177 с.
6. **Скрыльникова, Е. В.** Компьютерные средства контроля знаний по математике в школе : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02 / Е. В. Скрыльникова. – М., 2000. – 135 с.
7. **Развивающая информатика.** Программа факультативных занятий для 1–4 классов / авт-сост. : А. И. Павловский, Л. И. Калита, В. В. Стащенко ; Нац. ин-т образования М-ва образования Респ. Беларусь. – Минск, 2010. – 20 с.
8. **Математика.** 2–4 классы [Электронный ресурс]. – Минск, 2011. – Режим доступа : <http://edu.by>. – Дата доступа : 15.01.2014.

К. В. Павлов (kvp_ruk@mail.ru),
д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой экономики
Камский институт гуманитарных и инженерных технологий
г. Ижевск, Российская Федерация

Т. А. Ильина (tat_ilina71@mail.ru),
аспирант
Ижевский филиал Российского университета кооперации
г. Ижевск, Российская Федерация

СТАТИСТИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ РАЗВИТИЯ НАНОЭКОНОМИКИ

В статье обосновывается целесообразность формирования системы показателей, характеризующих развитие наноэкономики, а также рассматриваются конкретные показатели, входящие в эту систему и в различных аспектах отображающие процесс создания современной nanoиндустрии.

In article expediency of formation of system of the indicators characterizing development of nanoeconomy locates in article, and also the concrete indicators entering into this system and in various aspects of displaying process of creation of a modern nanoindustry are considered.

Современное социально-экономическое развитие передовых государств во многом определяется эффективным использованием факторов и ресурсов научно-технического прогресса. Доля технологических инноваций в объеме валового внутреннего продукта развитых стран составляет от 70 до 90%. Причем огромное значение в последнее время придается развитию нанотехнологий – научно-технологическому направлению, сформировавшемуся на стыке физики, химии, биологии, медицины и материаловедения. По оценкам специалистов, в обозримом будущем нанотехнологии способны будут совершить в обществе переворот, по своим масштабам превышающий даже последствия широкого распространения компьютеров.

Наноиндустрия занимается производством материалов и изделий сверхмалых размеров на основе изучения свойств различных веществ на молекулярном и атомарном уровнях. В метрической системе нанометр (нм) – именно от этого слова произошла приставка «нано» в термине «нанотехнология» – соответствует миллимикрону (а это единица измерения длины, равная одной миллиардной метра или 10^{-9}). Для сравнения толщина человеческого волоса в среднем равна 50 тыс. нм [1].

И хотя в настоящее время исчерпывающего определения понятия «нанотехнология» пока не существует, по аналогии с микротехнологиями можно сказать, что нанотехнологии оперируют величинами порядка одной миллиардной доли метра. В целом под нанотехнологиями обычно понимают совокупность методов и приемов, обеспечивающих возможность контролируемым образом создавать и модифицировать объекты, включающие компоненты размером не более 100 нм хотя бы в одном измерении и в результате этого получившие принципиально новые качества, позволяющие осуществлять их интеграцию в полноценно функционирующие системы большего масштаба. В более широком смысле к нанотехнологиям относят также еще и методы диагностики и исследования такого рода объектов.

Кроме нанотехнологий при рассмотрении вопроса о развитии наноиндустрии следует учесть также развитие наноматериалов и наносистемной техники, являющихся составными элементами наноиндустрии [2]. Наноматериалы – это материалы, содержащие структурные элементы, геометрический размер которых хотя бы в одном измерении не превышает 100 нм, и благодаря этому обладающие качественно новыми свойствами, в том числе с заданными функциональными и эксплуатационными характеристиками.

Под наносистемной техникой обычно понимают созданные полностью или частично на основе наноматериалов и нанотехнологий функционально законченные системы и устройства, характеристики которых кардинальным образом отличаются от характеристик систем и устройств аналогичного назначения, созданных по традиционным технологиям. Таким образом, наноиндустрия – это вид деятельности по созданию продукции на основе нанотехнологий, наноматериалов и наносистемной техники.

Говоря о развитии наноиндустрии, следует иметь в виду, что в этом случае предполагается рассмотрение широчайшего спектра разнообразных и не всегда напрямую связанных между собой проблем в различных областях науки и техники, где уже используются соответствующие технологии и методы. И хотя поэтому нанотехнологии целесообразно рассматривать не как единое целое, а больше всего лишь как обобщенное понятие, следует признать, что наноиндустрия в целом оказывает революционизирующее воздействие на развитие информационных и телекоммуникационных технологий, биотехнологий, средств безопасности и ряд других. В результате за последние годы десятки стран приняли национальные программы развития наноиндустрии в качестве высшего национального приоритета. Среди них можно назвать такие развитые государства, как США, Япония, Германия, Франция, Китай и др.

Так, в Китае, например, в последнее время работает около 800 компаний, занимающихся внедрением нанотехнологий, а также более 100 профильных научно-исследовательских институтов, абсолютное большинство из которых ориентировано на удовлетворение нужд оборонно-промышленного комплекса этой страны. Другие развитые государства также выделяют огромные средства на оборонные разработки в сфере нанотехнологий. Россия по показателю объема суммарных затрат на развитие наноиндустрии находится в числе лидеров, причем в более чем 20 субъектах Российской Федерации имеются крупные центры развития нанотехнологий (например, в таких городах, как Белгород, Ижевск, Чебоксары и т. д.). Вместе с тем, одной из серьезнейших проблем в этой сфере в отечественной экономике является проблема массового внедрения изобретений и патентов, полученных при создании наноматериалов и нанотехнологий. Такого рода проблемы, как известно, являются одними из ключевых в сфере научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ в России еще с советских времен (своего рода «ахиллесовой» пятой этой сферы). Другой серьезной проблемой эффективного развития наноиндустрии является неразработанность системы статистического учета развития наноиндустрии.

Следует также отметить, что нередко вместо термина «система наноиндустрии» все чаще используют термин «наноэкономика», причем под наноэкономикой нами понимается система воспроизводственных отношений, связанных с производством и использованием нанотехнологий, наноматериалов и наносистемной техники. Правда, существует и другой вариант использования термина «наноэкономика». Так, Г. Клейнер выделяет пять иерархических уровней: мега-, макро-, мезо-, микро- и наноуровень, а также соответствующие экономические дисциплины: международная экономика, макро-, мезо-, микро- и наноэкономика [3]. На наноуровне предметом изучения экономической теории становятся отношения единичного разделения и кооперации труда отдельных работников, конкуренции и монополии индивидов на знания, навыки и умения внутри профессиональных групп, формирование и реализация ценности и полезности их труда. Таким образом, объектом наноэкономики в таком ее понимании является отдельный индивид, физическое лицо. На наш взгляд, оба подхода имеют право на существование, но в дальнейшем мы будем придерживаться первого варианта.

Для эффективного развития наноэкономики большое значение имеет разработка и создание системы показателей, в различных аспектах характеризующих современное состояние и динамические параметры развития наноиндустрии. Причем речь идет о создании именно системы показателей, когда используется комплексный подход и учитываются по крайней мере все основные аспекты и элементы формирования и развития наноэкономики. Разумеется, в этой системе обязательно должен быть раздел, в котором рассматриваются показатели, характеризующие развитие наноэкономики в целом и на разных уровнях управленческой иерархии: на мировом и международном уровнях, на национальном, отраслевом и региональном уровнях, а также на уровне отдельного предприятия (организации) и его отдельных структурных подразделений.

Прежде всего, речь идет о таких показателях, как суммарный объем разработки и использования наноизделий, выраженный в стоимостных и натуральных единицах измерения, а также суммарные затраты на создание и внедрение такого рода изделий на разных уровнях управленческой иерархии. Кроме этого, в эту группу показателей обязательно должны войти показатели, характеризующие удельный вес, долю стоимости наноизделий в общей стоимости продукции, которую выпускает данный хозяйствующий субъект. Следует также включить показатели, характеризующие социально-экономическую эффективность использования нанопродукции и наноиндустрии в целом: общие показатели эффективности и частные (производительность труда, фондоотдача, материалоемкость, капиталоемкость и пр.).

Весьма важным показателем является показатель наукоемкости, характеризующий технологию и отображающий степень ее связи с научными исследованиями и разработками. В данном случае под технологией следует понимать совокупность методов и приемов, применяемых на всех стадиях разработки и изготовления определенного вида изделия [4]. Под наукоемкой же технологией понимается такая технология, которая включает в себя объемы опытных работ, превышающих средние значения этого показателя в определенной сфере экономики, и чаще всего наукоемкость рассматривается в сфере обрабатывающей промышленности [5]. Оценка наукоемкости наноизделий крайне важна.

Наукоемкость отрасли обычно измеряется как отношение общих расходов к расходам сбыта, а также как отношение объемов сбыта к численности ученых, инженеров и техников, занятых в данной отрасли. Наукоемкая продукция – это изделие, в себестоимости которого расходы на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы выше, чем в среднем по отраслям данной сферы хозяйства.

Динамику наноэкономики характеризуют такие показатели, как рост и прирост, темп роста и темп прироста нанопродукции. Структурные изменения характеризуются изменением доли стоимости нанопродукции в общей стоимости выпускаемой продукции данным хозяйствующим субъектом (предприятием, отраслью, регионом, народнохозяйственным комплексом в целом).

Любое промышленное изделие характеризуется определенным уровнем качества, которое в настоящее время является одной из важнейших характеристик степени конкурентоспособности продукции. Повышение качества отечественных товаров особенно актуально в настоящее время, когда российская экономика пытается осуществить переход от экономики сырьевого типа к развитой современной инновационной экономике. Формирование и развитие наноиндустрии является одним из ключевых направлений реализации такого рода перехода, в связи с чем вопрос об оценке уровня качества наноизделий стоит особенно остро. Важнейшим аспектом качества продукции является ее надежность, т. е. свойство изделия сохранять во времени, в определенных границах значения всех показателей, характеризующих способность осуществлять

определенные функции в конкретных режимах и условиях использования, технического обслуживания, ремонта, хранения и перевозки.

Надежность является важным свойством нанопродукции, и поэтому показатели надежности относятся к основным показателям, характеризующим качество продукции. Они отображают способность нанопродукта с течением времени реализовать требуемые функции в заданной системе. Эти показатели характеризуют особенности безотказности, долговечности, ремонтпригодности и сохраняемости. Безотказность представляет собой способность нанопродукта постоянно сохранять работоспособность в течение определенного периода времени или отдельную наработку, которая проявляется в возможности безотказной деятельности. Ремонтпригодность – это свойство нанопродукции, которое состоит в приспособленности его к предупреждению и выявлению причин появления отказов, повреждений и ликвидации их последствий в результате проведения ремонтов и технического обслуживания. Восстановление нанопродукции обуславливается средним временем восстановления до определенной величины показателя качества и степенью возобновления. Под сохраняемостью понимается способность нанопродукта сохранять исправное и работоспособное, годное к использованию и эксплуатации состояние в течение времени после хранения и перевозки. Средний срок сохраняемости и назначенный срок хранения являются показателями сохраняемости. Долговечность – способность нанопродукции сберечь работоспособность до наступления определенного состояния при установленном сроке технического обслуживания и ремонта. Средний ресурс и средний срок службы являются показателями долговечности, причем понятие «ресурс» используется при характеристике долговечности по наработке изделия, а «срок службы» – при характеристике долговечности по календарному периоду времени. При этом выделяют единичный показатель надежности, который характеризует одно из качеств нанопродукта, и комплексный показатель, характеризующий несколько качеств, составляющих надежность нанопродукции.

Важно определять также показатели технологичности нанопродукции. К наиболее важным показателям из этой группы относятся удельная материалоемкость нанопродукта, удельная трудоемкость изготовления, удельная энергоемкость изготовления и эксплуатации нанопродукта, а также средняя оперативная длительность технического обслуживания данного нанопродукта. В целом, показатели технологичности выражают обобщенную характеристику рациональности примененных в продукции конструкторских и технологических решений и наилучшее распределение расходов на всех стадиях жизненного цикла нанопродукции.

Актуальна проблема статистической оценки технологичности не только нанопродукта в целом, но и составных наноэлементов в сложной конструкции. Технологичность конструкции – это свойство, отражающее, насколько четко учитываются требования имеющейся технологии и системы освоения производства, транспортировки и технического обслуживания изделия. Технологичная конструкция обеспечивает минимизацию длительности производственной деятельности и расходов материалов на всех фазах жизненного цикла продукта. К основным показателям технологичности конструкции, в которой имеются наноэлементы, можно отнести удельный вес нанодеталей в их общем количестве в данном изделии, коэффициент межпроектной унификации (заимствования) наноэлементов устройства, коэффициент унификации технологичности нанопроцессов и др.

Список литературы

1. **Флерова, А.** О государственном регулировании инновационного развития в области наноматериалов и нанотехнологий в России / А. Флерова // Инвестиции в России. – 2006. – № 8. – С. 41–47.
2. **Ляшенко, В. И.** Наноэкономика в славянских странах СНГ / В. И. Ляшенко, К. В. Павлов, М. И. Шишкин. – Ижевск : КнигоГрад, 2011. – 348 с.
3. **Клейнер, Г.** Наноэкономика / Г. Клейнер // Вопр. экономики. – 2004. – № 12. – С. 70–93.
4. **Перевалов, Ю. В.** Инновационное предпринимательство и проблемы технологического развития / Ю. В. Перевалов // О-во и экономика. – 1997. – № 7. – С. 18–84.
5. **Федулова, Л. И.** Экономическая природа технологий и технологического развития / Л. И. Федулова // Экон. теория. – 2006. – № 3. – С. 3–19.

Е. Н. Пашук (katika.nik@gmail.com),
магистрант

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ КАК ЧАСТЬ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

В статье рассмотрены элементы правового механизма информационной безопасности хозяйствующих субъектов Республики Беларусь, проведен анализ действующего законодательства, предложены рекомендации по обеспечению защиты коммерческой тайны организации.

The article deals with elements of the legal mechanism of information security of economic players of the Republic of Belarus, the analysis of the current legislation was done, recommendations on proofing the commercial secret at the enterprise were offered.

Информация – это один из наиболее значимых, дорогостоящих, быстро устаревающих ресурсов современного мира. Значение информации в гражданском обороте законодатель подчеркивает посредством закрепления на уровне правовых норм объема и порядка предоставления той или иной информации. Важнейшими инструментами в руководстве по принятию правильных решений, безусловно, являются обладание необходимой информацией различного характера и умение управлять ею применительно к работе организации. С обладанием информацией связана не только успешная профессиональная деятельность специалистов различных уровней, успешность бизнеса всей организации, но и развитие государства в целом.

Исследование вопросов правового регулирования управления информацией представляет как теоретический, так и практический интерес в связи с широким использованием различных видов информации в деятельности участников хозяйственного оборота и государственных органов, необходимостью систематизации имеющихся нормативных предписаний для целей их практического использования, а также необходимостью совершенствования как законодательства в указанной сфере, так и практики его применения.

В Беларуси, в основном, интерес к обеспечению IT-безопасности проявляют крупные организации (финансовый сектор, IT-индустрия). Однако по результатам исследования аналитического центра InfoWatch компании среднего размера (до 500 ПК) в большинстве отраслей как по числу утечек, так и по количеству утекших персональных данных не отстают от крупных. Так, за первое полугодие 2013 г., по подсчетам аналитиков центра InfoWatch, в мире отмечено около 500 фактов утечки персональных данных клиентов компаний и информации, подпадающей под определение государственной, коммерческой и иных тайн, что на 18% выше аналогичного показателя 2012 г. [1].

Для Республики Беларусь в области IT-безопасности самая большая угроза существует для мелких и средних фирм (низкий уровень квалификации IT-персонала, в основе которой лежит нежелание руководителей тратить деньги). Вторая угроза по счету, но не по значению – отсутствие культуры организации бизнес-процессов. Отмечается большое количество случаев хищения конфиденциальной информации, например, путем кражи клиентских баз сотрудниками, которые увольняются.

Следует отметить, что в последнее время растет спрос на IT-аудит (анализ персонала, аппаратного и программного обеспечения). Однако этот процесс чисто технический и дает возможность потратить огромные средства на «железо», приобретая при этом хрупкое чувство защищенности. Если рассматривать еще и бизнес-процессы, результат будет удручающим: для приведения в порядок потребуется много времени, при этом неизбежно изменение корпоративной культуры.

В технической области мер может быть немного, более того они вторичны. Создавать с нуля или изменять нужно бизнес-процессы, а следовательно, и умы персонала. Для этого необходимо, прежде всего, волевое решение руководства и достаточное количество времени, чтобы директивные решения руководства стали частью корпоративной культуры в области информационной безопасности организации.

В настоящее время сотрудники организаций обращаются к специалистам уже по факту взлома-хищения, которые и вызваны злоупотреблениями самих работников.

Таким образом, наиболее важным для организации является разработка комплекса защитных мер в организации от утечки конфиденциальной информации посредством своих же работ-

ников. В связи с этим принят Закон Республики Беларусь от 5 января 2013 г. № 16-З «О коммерческой тайне» [2], которым установлено комплексное правовое регулирование отношений в сфере охраны коммерческой тайны. Неподписание работником обязательства о неразглашении коммерческой тайны либо разглашение им коммерческой тайны являются основаниями для прекращения с работником трудового договора. Согласно ст. 1 данного закона, коммерческая тайна – это сведения любого характера (технического, производственного, организационного, коммерческого, финансового и иного), в том числе секреты производства (ноу-хау), соответствующие требованиям данного закона, в отношении которых установлен режим коммерческой тайны.

По сравнению с действовавшим ранее определением существенным изменением стало уязвляющее существование коммерческой тайны лишь при условии введения соответствующего режима. Очевидно, именно введение такого режима и становится основной целью принимаемых в организациях положений о коммерческой тайне.

Так, режим коммерческой тайны может устанавливаться в отношении сведений, которые одновременно соответствуют следующим требованиям:

- Сведения не являются общеизвестными или легкодоступными третьим лицам в тех кругах, которые обычно имеют дело с подобными сведениями. Таким образом, к рассматриваемым сведениям не должно быть свободного доступа на законном основании. Это означает, что владелец коммерческой тайны не обязан предоставлять их на возмездной либо безвозмездной основе лицам, нуждающимся в такой информации.

- Сведения имеют коммерческую ценность для их обладателя в силу неизвестности третьим лицам.

- Сведения не являются объектами исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности.

- Сведения не отнесены в установленном порядке к государственным секретам.

Далее обратимся к ст. 6 Закона Республики Беларусь «О коммерческой тайне», где перечислены сведения, которые не могут составлять коммерческую тайну. Сразу обращает на себя внимание значительно возросшее количество таких сведений. Однако и ранее, до вступления в силу данного закона, отнесение большинства такого рода сведений к коммерческой тайне организации не было особо целесообразным. Специфика таких сведений (например, информация о противопожарной безопасности или безопасности пищевых продуктов), предполагала возможность безусловного к ним доступа компетентных органов, действовавших в рамках установленных законодательством полномочий [3].

Итак, режим коммерческой тайны включает в себя следующие меры:

- ограничение доступа к коммерческой тайне путем установления порядка обращения с носителями коммерческой тайны, а также контроля за соблюдением такого порядка;

- учет лиц, получивших доступ к коммерческой тайне;

- регулирование отношений, связанных с доступом работников к коммерческой тайне, на основании трудового договора (контракта), а также на основании обязательства о неразглашении коммерческой тайны, дополнительно заключаемого по требованию нанимателя с работником, получающим доступ к коммерческой тайне;

- регулирование отношений, связанных с доступом контрагентов к коммерческой тайне, на основании гражданско-правового договора;

- определение работников, ответственных за принятие мер по обеспечению конфиденциальности сведений, составляющих коммерческую тайну.

Именно этот перечень должен являться единственным ориентиром при составлении текста положения о коммерческой тайне организации. Соблюдение всех пунктов перечня является необходимым условием введения режима коммерческой тайны, без которого защиту конфиденциальных сведений будет невозможно осуществить в надлежащем порядке.

С целью защиты коммерческой тайны работники, получившие доступ к сведениям, составляющим коммерческую тайну, и подписавшие обязательство о неразглашении коммерческой тайны, после прекращения трудового договора (контракта) с нанимателем обязаны соблюдать конфиденциальность таких сведений в течение срока действия обязательства либо до момента отмены режима коммерческой тайны в отношении соответствующих сведений. Следует отметить, что такой срок «молчания» не установлен и напрямую зависит от заинтересованности владельца коммерческой тайны в сохранении определенных сведений в тайне для третьих лиц.

Введение указанной нормы имеет важное значение, поскольку ранее действующим законодательством обязанность работника «хранить молчание» формально исчезала после прекращения трудового договора (контракта) [4].

Таким образом, можно сформулировать ряд рекомендаций:

- Расходы на обеспечение информационной безопасности не должны превышать возможные экономические потери от утечки конфиденциальных сведений. Целесообразно обеспечивать защиту только той части информации о деятельности фирмы, которая гарантирует расширение рынков сбыта продукции, улучшение ее качества, заключение выгодных контрактов с партнерами.

- Следует регулярно пересматривать и актуализировать регламентированный перечень сведений, относимых к коммерческой тайне.

- Необходимой мерой для оперативной оценки и выявления потенциальных нарушителей конфиденциальности информации является надлежащий учет лиц, получивших доступ к сведениям, составляющим коммерческую тайну.

Так, повышенную угрозу экономической безопасности компании потенциально представляют сотрудники, подрабатывающие по совместительству в других организациях, вновь нанятые на службу, собирающиеся прекратить трудовые отношения с нанимателем.

Таким образом, в связи с процессами, происходящими в современном обществе, существенно возрастает значение фактора корпоративной культуры. Информатизация бизнеса, расширение сферы влияния Интернета, внедрение компьютерных технологий управления выдвигают на первый план проблемы информационной безопасности организации, создают необходимость адаптации традиционной профессиональной и корпоративной культуры к новой информационной ситуации, поэтому неотъемлемой частью корпоративной культуры организаций становится культура информационной безопасности. Однако, вкладывая средства в техническое обеспечение информационной безопасности, не стоит пренебрегать человеческим фактором. В последнее время в компьютерных средствах массовой информации много говорят о вирусах, взломах сайтов, проблемах информационной безопасности в организации. Специалисты утверждают, что главной причиной проникновения злоумышленников в компьютерные сети оказывается обычная беспечность и неподготовленность пользователей (работников) как рядовых, так и сотрудников информационных отделов организаций. В некотором смысле, область, которая называется «защитой информации», целиком состоит из эффектов «человеческого фактора».

Список литературы

1. **Нежданский, К.** Куда байты текут? / К. Нежданский // БелГазета. – 2013. – № 44 (920). – С. 17–18.
2. **О коммерческой тайне** : Закон Респ. Беларусь от 5 янв. 2013 г. № 16-3 // Консультант-Плюс : Беларусь. Технология ПРОФ [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2013.
3. **Красовский, С. Г.** Устанавливаем режим коммерческой тайны на предприятии / С. Г. Красовский // Юрид. мир. – 2013. – № 10. – С. 34–39.
4. **Богдан, Н.** Охрана коммерческой тайны: как правильно организовать защиту : коммент. к Закону Респ. Беларусь от 5 янв. 2013 г. № 16-3 / Н. Богдан // Юрист (РБ). – 2013. – № 2. – С. 9–12.

С. М. Пашук (serega.krec@gmail.com),
магистрант

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ОПТИМИЗАЦИЯ ХРАНЕНИЯ МАТЕРИАЛОВ НА СКЛАДАХ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «НАУЧНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ ЦЕНТР КОМБАЙНОСТРОЕНИЯ»)

В статье рассмотрены элементы автоматизации хранения материалов на складах предприятия. Раскрыт очевидный эффект от использования модуля *APM «Складской учет»* при оптимизации складской инфраструктуры.

The article deals with elements of the automation of material storage at enterprise warehouses. An obvious effect of the module *Workstation “Warehouse accounting”* during the optimization of the infrastructure of the warehouse was shown.

В настоящее время информационные технологии достигли в мире высокого уровня развития. В связи с этим большое количество предприятий используют автоматические средства, по-

звolyающие эффективно хранить, обрабатывать и распределять накопленные данные. В наше время эффективность и качество работы предприятия напрямую зависит от уровня оснащения информационными средствами. Не является исключением и автоматизация складского учета. Складской учет оказывает значительное влияние на рационализацию движения материальных потоков предприятия, использование транспортных средств и издержек обращения.

Система складирования предполагает оптимальное размещение товара на складе и рациональное управление им. При разработке системы складирования необходимо учитывать все взаимосвязи и взаимозависимости между внешними (входящими на склад и исходящими из него) и внутренними (складскими) потоками объекта и связанные с ними факторы (параметры склада, технические средства, особенности груза и т. д.). Разработка системы складирования основывается на выборе рациональной системы из всех технически возможных систем для решения поставленной задачи методом количественной и качественной оценки. Этот процесс выбора и оптимизации предполагает выявление связанных между собой факторов, систематизированных в несколько основных подсистем [1].

Учет в компьютерных информационных системах имеет свои особенности и радикально отличается от бумажного учета. Компьютерные системы существенно сокращают время работы, облегчают ее. Хранящиеся данные легко и качественно анализируются, позволяя правильно и оперативно управлять складскими запасами.

Все получаемые отчеты складского учета с помощью компьютерных систем можно получить и без них, но на расчет будет затрачено значительно больше времени, которого зачастую нет, или для расчетов придется занять такое количество сотрудников, что на зарплату уйдет больше, чем будет получено прибыли. Таким образом, при применении компьютерных систем «количество переходит в качество»: увеличение скорости расчетов делает возможным качественное улучшение работы предприятия [2].

Актуальность разработки и внедрения автоматизированного рабочего места (АРМ) «Складской учет» обоснована требованиями повышения производительности труда работников, роста требований количества и качества обслуживания клиентов.

Практическая значимость данного АРМа – повышение степени автоматизации складского учета.

Целью разработки является реинжиниринг процессов учета товаров на складе и разработка программного обеспечения для автоматизации информационных процессов складского хозяйства открытого акционерного общества (ОАО) «Научно-технический центр комбайностроения» с разнородными базами данных. Для этого необходимо выполнить следующее:

- проанализировать процессы складского учета товаров ОАО «Научно-технический центр комбайностроения» с целью повышения скорости обработки данных, формирования документов на материалы, оперативного получения достоверных отчетов о состоянии складских запасов и объективных результатов работы склада;
- разработать алгоритмы работы информационной системы по выполнению обработки информации по складу ОАО «Научно-технический центр комбайностроения»;
- произвести анализ и выбор программных продуктов, предлагаемых для выполнения выявленных функций;
- провести тестирование информационной системы на массиве реальных данных;
- выявить факторы и рассчитать эффективность данного проекта.

Открытое акционерное общество «Научно-технический центр комбайностроения» – одна из крупнейших в мире проектных организаций с мощной интеллектуальной и материально-технической базой, которая оказывает инжиниринговые услуги и специализируется на разработках сложных изделий для нужд сельского хозяйства, здравоохранения и других отраслей.

Для реализации регламентированного международными стандартами системного подхода в управлении научно-исследовательской, опытно-конструкторской и производственной деятельностью в организации разработана и внедрена интегрированная система менеджмента по основным направлениям деятельности, включающая систему менеджмента качества, сертифицированную на соответствие требованиям СТБ ISO 9001-2009, и систему управления охраной труда, сертифицированную на соответствие требованиям СТБ 18001-2009.

Отдельное место в организации занимает склад. На его территории хранятся все материалы, полученные от поставщиков, а также произведенные собственными средствами. Ответственное лицо на складе – кладовщик, а организационными вопросами складирования и техники безопасности, другими вопросами занимается заведующий складом. Складской учет осуществляется согласно регламентированной документации предприятия.

Большой проблемой ведения складского учета в ОАО «Научно-технический центр комбайностроения» является отсутствие автоматизированного рабочего места кладовщика. Кладовщики осуществляют контроль, используя ручной способ ведения учета материалов. Такой способ морально устарел, он не является эффективным и не отвечает современным требованиям ведения складского учета. При сборке только одного комбайна используется от 8 до 12 тыс. деталей, а таких комбайнов собирается несколько в месяц. Также параллельно собираются жатки, косилки, разрабатывается медицинское оборудование и др. Большое количество материалов должно оперативно учитываться и анализироваться.

На сегодняшний день на рынке информационных систем продаются такие программы, как «Галактика», «Парус», «1С: Предприятие» и другие, которые позволяют вести учет материалов на складах, однако ни одна стандартная программа не охватывает всю специфику работы складов в ОАО «Научно-технический центр комбайностроения». Купленную программу нужно существенно дорабатывать, а это большие затраты [3].

Таким образом, представляется целесообразным разрешить проблему оптимизации хранения материалов на складах предприятия посредством создания АРМ «Складской учет», который позволит легко и удобно осуществлять контроль за хранением материалов на складах с учетом прихода, расхода, передач между складами. Программный комплекс позволит обмениваться информацией с бухгалтерией, службой снабжения, мастером и конструктором, обеспечит связь с существующими программными комплексами «Снабжение», «Оперативное управление производством», «Закрытие бухгалтерских итогов» и др. Программный комплекс обеспечит автоматизированную работу тринадцати складов.

Программный модуль АРМ «Складской учет» будет иметь несколько режимов работы: *Кладовщик*, *Просмотр*, *Администратор*.

Режим *Кладовщик* позволит вести оперативный учет материалов на складе. Основная работа будет вестись именно в этом режиме. Кладовщик будет авторизоваться на своем складе. Войдя на склад, он увидит карточки с материалами, по которым можно будет просмотреть движения. Основная работа кладовщика в данном режиме включает:

- ведение прихода;
- ведение расхода;
- передачу между складами;
- составление отчетов.

Режим *Просмотр* с помощью удобного интерфейса позволит легко и быстро ознакомиться с нужной информацией. Любой конструктор или мастер сможет посмотреть количество необходимого ему материала, на каком складе материал числится, когда и откуда он поступал.

Режим *Администратор* позволит полностью контролировать все склады. Администратор сможет входить на любой склад, править любые данные по материалам, тем самым помогая кладовщикам при необходимости.

Программный модуль АРМ «Складской учет» будет разработан с помощью интегрированной среды разработки программного обеспечения Borland Delphi 7 с использованием дополнительного компонента Developer Express Inc, данные должны храниться в базах данных Oracle 11, InterBase 7.0.

Большую роль при выборе среды разработки программного обеспечения сыграло то, что большое количество программ написано именно на Borland Delphi 7, что позволит быстро и легко освоить уже привычный интерфейс.

Также программный модуль АРМ «Складской учет» позволит существенно снизить затраты времени работников предприятия (в особенности кладовщиков), легко и быстро вести учет материалов на складах.

Список литературы

1. Курочкин, Д. В. Складская инфраструктура. Требования к техническому оснащению / Д. В. Курочкин // Экономика. Финансы. Упр. – 2011. – № 2. – С. 80–86.
2. Синкевич, А. Проблемы и решения организации складского учета / А. Синкевич // Финансовый директор. – 2007. – № 9. – С. 56–60.
3. Слонимская, М. А. Оптимизация и стандартизация технологических процессов на складе компании / М. А. Слонимская // Экономика. Финансы. Упр. – 2011. – № 2. – С. 80–86.

К ВОПРОСУ ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ ПРИ ОКАЗАНИИ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ПО МАТЕМАТИКЕ

В статье рассматриваются особенности оказания дополнительных образовательных услуг по математике с использованием информационно-образовательных ресурсов в учреждениях общего среднего образования. Автор делает акцент на востребованности современным обществом качественного математического образования, выделяет требования к информационно-образовательным ресурсам, используемым при оказании образовательных услуг по математике.

In this article some particular qualities of additional educational services with the use of informative and educational resources in mathematics at school are considered. The author focuses on the demand of modern society in high-quality mathematics education, allocates a number of the requirements to information and educational resources that are used in additional mathematics services provision.

Образование – это исходная точка экономического и научно-технического прогресса, а степень развития образовательной системы напрямую влияет на его конкурентоспособность и дальнейшие перспективы. На сегодняшний день важнейшей задачей общего среднего и высшего образования является формирование жизнеспособной, профессионально подготовленной и социально активной личности, соответствующей всем требованиям современной жизни. В решении данной задачи должна активно участвовать не только педагогическая общественность, но и все общество в целом. Социальный запрос общества – это, прежде всего, качественное образование. Однако невысокая материально-техническая база учреждений образования, общее снижение учебной нагрузки, низкие проходные баллы на педагогические специальности в высших учебных заведениях свидетельствуют об актуальности вопроса повышения эффективности обучения, в том числе обучения математике.

В связи с реформированием системы общего среднего образования и сокращением недельной учебной нагрузки (на изучение математики в 5–6 классах отводится 5 ч в неделю, в 7–11 классах – 4 ч в неделю) вариативный компонент наряду с инвариантным может стать той дополнительной формой обучения, которая будет дополнять и обогащать математическое образование на II ступени общего среднего образования. Под инвариантным компонентом мы понимаем весь объем учебного материала по математике, предусмотренный учебной программой для учреждений общего среднего образования «Математика 5–11 классы». Под вариативным компонентом понимается весь объем дополнительного учебного материала, выходящего за рамки учебной программы, который, однако, непосредственно связан с программным материалом, расширяет, дополняет его и, в конечном счете, способствует продуктивности математического развития учащихся.

Становится значимой проблема повышения уровня математической подготовки учащихся, поиска новых форм, методов и средств организации обучения математике с использованием информационно-образовательных ресурсов на уроках и при проведении дополнительных образовательных услуг. Под дополнительными образовательными услугами понимаются организованные и целенаправленные занятия с учащимися (финансируемые за счет государственного бюджета или физического лица), проводимые во внеучебное время для расширения и углубления знаний, умений и навыков, развития самостоятельности, индивидуальных способностей учащихся, а также удовлетворения их интересов. По нашему мнению, дополнительные образовательные услуги по математике лишь тогда эффективны, когда они находятся в постоянном взаимодействии с урочными занятиями, дополняют и обобщают знания учащихся, полученные на уроках. Педагогическая практика показывает, что дополнительные образовательные услуги являются наиболее универсальной, систематической, динамичной формой проведения внеклассных занятий по математике [1].

В работе дополнительных образовательных услуг по математике можно выделить три направления. Первое направление, в основном, ориентировано на развитие мышления и формирование первоначального интереса к математике, второе – на углубление знаний по математике и параллельно с этим на дальнейшую работу по развитию мышления, третье направление – на преодоление трудностей, возникающих у учащихся при изучении математики. Первое направление является ведущим в начале оказания дополнительных образовательных услуг по математике (5–6 классы), второе – на последующих этапах (7–9 классы), третье направление – приобре-

тает актуальность при выявлении учащихся, испытывающих трудности при изучении отдельных тем. Дополнительные образовательные услуги способствуют выявлению и развитию интересов и творческих способностей в определенной области науки. При проведении внеклассных занятий возможна организация различных форм работы: написание докладов, обсуждение учебного материала, экскурсии, изготовление наглядных пособий, лабораторные занятия, встречи с интересными людьми и др.

Одним из наиболее существенных факторов, позволяющих повысить эффективность современного образования, является его информатизация. Часто под информатизацией образования подразумевается внедрение информационных и телекоммуникационных технологий в образовательный процесс. Это действительно важное, оказывающее определяющее влияние на повышение эффективности обучения, но не единственное направление информатизации образования. Информатизация образования – более широкое понятие, представляющее собой область научно-практической деятельности человека, направленной на применение информационно-коммуникационных технологий и средств сбора, хранения, обработки и оптимального использования информации не только в образовательном процессе, но и в дальнейшей профессиональной деятельности выпускника.

В соответствии с Национальной программой ускоренного развития услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий на 2011–2015 гг. перед учреждениями общего среднего образования стоит задача подготовки выпускников, которые владеют навыками пользователей информационно-коммуникационных технологий [2]. Согласно данной программе и Кодексу Республики Беларусь об образовании, разработка информационно-образовательных ресурсов и инновационных учебно-методических комплексов с электронными компонентами является приоритетной задачей образовательной политики страны [3].

Вопросам информатизации образования, использования информационно-образовательных ресурсов в образовательном процессе посвящены работы Я. А. Ваграменко, В. Н. Васильева, Н. В. Бровки, С. А. Гуцановича, В. А. Далингера, С. В. Зенкиной, В. В. Казаченка, Н. В. Костюкович, Н. Д. Кучугуровой, В. М. Монахова, И. А. Новик, Е. С. Полат, И. В. Роберт, Н. Х. Розова, В. Ф. Русецкого и др. Мы рассматриваем информационно-образовательные ресурсы как совокупность данных, организованных для эффективного получения достоверной информации.

Использование при оказании дополнительных образовательных услуг по математике таких информационно-образовательных ресурсов, как «Универсальный учебный графопостроитель. 6–11 классы» (ИНФОТРИУМФ, 2009), «Математика. Стереометрия» (Международный деловой альянс, 2010), «Визуальная стереометрия» (Лицей БНГУ, 2011), а также образовательных возможностей сети «Интернет» [4] может значительно повысить эффективность их проведения. Однако перечисленные информационно-образовательные ресурсы, рекомендованные Министерством образования Республики Беларусь, могут быть использованы лишь при изучении определенного набора учебных тем и рассчитаны, прежде всего, на самостоятельное использование учащимися, что в условиях проведения групповых внеклассных занятий не всегда достаточно эффективно.

В программе учебного предмета «Математика» приведены все основные понятия, закономерности и свойства математических объектов, которые учащийся должен усвоить, однако в учебниках и учебных пособиях представлен различный объем учебного материала. В силу ограниченности печатных изданий авторы учебников не имеют достаточных возможностей для привлечения занимательных фактов, включения различного характера иллюстраций в содержание формализованных и имеющих абстрактный характер математических конструкций. В таких условиях целесообразно применять информационно-образовательные ресурсы при оказании дополнительных образовательных услуг, однако их непродуманное использование может привести к *информационной перенасыщенности* учебного материала, недостаточной обратной связи, следствием чего является рассеивание внимания, быстрая утомляемость обучаемых, снижение мотивации обучения и низкая продуктивность обучения. Рассмотрение использования информационно-образовательных ресурсов как цели, а не средства повышения эффективности обучения приводит к тому, что порой происходит практически полная замена живого общения участников образовательного процесса безличным и, как правило, извне почти не контролируемым «общением» с компьютером. *Информационная недостаточность* приводит к сведению роли информационно-образовательных ресурсов к «плакатной» визуализации учебной информации, когда остаются не в полной мере реализованными принципы математической строгости, наглядности, развития мотивации. Очевидно, что и в первом, и во втором случаях развивающая и дидактическая функции использования компьютера реализуются далеко не в полной мере.

Предлагаем использовать следующие требования к информационно-образовательным ресурсам для проведения уроков и дополнительных образовательных услуг по математике: *дидактические* (учет общедидактических принципов), *специфические* (адаптивность учебного ма-

териала, его интерактивность), *методические* (взаимосвязь и взаимодействие компонентов мышления), *психологические* (учет особенностей вербально-логического и сенсорно-перцептивного восприятия, устойчивости и переключаемости внимания, акцент на формирование и развитие визуального мышления учащихся, мотивации), *эргономические* и *эстетические* (оптимальная информационная насыщенность учебного материала, возможность выбора индивидуального темпа обучения), *технические* (возможность использования различных носителей, администрирования образовательного процесса, обратной связи, охрана авторского права и обеспечение безопасности информации, используемой в образовательном процессе) [5].

С точки зрения учета индивидуальных особенностей учащихся, помимо психологических, особое значение приобретают дизайн-эргономические требования к информационно-образовательным ресурсам. Так, М. И. Беляева, В. В. Гришкун, Г. А. Краснова под сущностью дизайна информационно-образовательных ресурсов понимают характеристику их внешнего вида, при которой графическое оформление должно производить благоприятное впечатление на обучаемого [6]. Однако, по нашему мнению, данное определение слишком размыто, целесообразнее дизайн информационно-образовательных ресурсов рассматривать с точки зрения эстетических и, прежде всего, функциональных характеристик, интуитивно понятной системы навигации. В свою очередь, эргономика информационно-образовательного ресурса определяет уровень соответствия ресурса образовательным потребностям учащихся в развитии когнитивно-визуального мышления. В этом контексте эргономические характеристики информационно-образовательного ресурса являются составной частью требований, предъявляемых к его дизайну. Таким образом, дизайн-эргономические требования к информационно-образовательному ресурсу подразумевают учет принципа оптимальной информационной насыщенности учебного материала, удобство и комфорт условий работы с ресурсом, оптимальность художественного и эстетического оформления ресурса, а также учет влияния оформления учебного материала на психологическое состояние пользователя.

Использование информационно-образовательных ресурсов, учитывающих выделенные нами требования, на уроках и при оказании дополнительных образовательных услуг по математике позволит повысить уровень мотивации учащихся к выполнению практических задач, проводить политехническую профориентационную работу с учащимися учреждений общего среднего образования, готовить учащихся к олимпиадам по математике, организовывать учебно-исследовательскую деятельность учащихся, что в конечном итоге приведет к востребованности качественных дополнительных образовательных услуг, повышению эффективности математического образования в целом.

Список литературы

1. **Прохоров, Д. И.** Компьютерно-ориентированный компонент внеклассной работы по математике как средство повышения качества образования школьников / Д. И. Прохоров // Весн. адукацыі. – 2013. – № 3. – С. 8–14.
2. **Национальная** программа ускоренного развития услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий на 2011–2015 гг. : утв. постановлением Совета Министров Респ. Беларусь от 28 марта 2011 г. № 384 (в ред. от 6 янв. 2012 г.) // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2012.
3. **Кодекс** Республики Беларусь об образовании : принят Палатой представителей Нац. собр. Респ. Беларусь 2 дек. 2010 г. : одобр. Советом Респ. Нац. собр. Респ. Беларусь 22 дек. 2010 г. // Эталон – Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2012.
4. **Прохоров, Д. И.** Преимущества и недостатки использования образовательных возможностей сети «Интернет» при изучении математики / Д. И. Прохоров // Весн. адукацыі. – 2010. – № 11. – С. 20–21.
5. **Прохоров, Д. И.** О разработке информационно-образовательных ресурсов для организации и проведения внеклассной работы по математике / Д. И. Прохоров // Математическое образование: цели, достижения и перспективы : материалы Респ. науч.-практ. конф., Минск, 30 окт. 2013 г. / Бел. гос. пед. ун-т им. М. Танка ; редкол.: В. В. Шлыков [и др.]. – Минск, 2013. – С. 160–162.
6. **Беляева, М. И.** Технология создания электронных средств обучения / М. И. Беляева, В. В. Гришкун, Г. А. Краснова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.classea.ru/all-russian/russian-dictionary-encycl.html>. – Дата доступа : 20.10.2013.

ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ С ПОМОЩЬЮ ИНТЕГРАЛЬНОГО ВЕРОЯТНОСТНОГО КРИТЕРИЯ

Принятие решений в условиях неопределенности – весьма сложная и многосоставная задача. Располагая параметрами и критерием, можно сформулировать математическую постановку задачи. Однако, рассматривая железнодорожную линию, следует учитывать, что это сложная техническая система большого линейного протяжения, поэтому степень обоснованности выбранных для реконструкции железных дорог технических параметров зависит от учета в методах расчета условий неопределенности. В качестве одного из критериев при принятии решений рассмотрен интегральный вероятностный критерий. Основой для определения интегрального вероятностного критерия служит анализ вероятности осуществления расчетных условий и определение в ходе анализа значений границ вероятностей, в которых то или иное решение будет оптимальным.

The decision making in unclear condition conditions is very complicated and many-sided task. Having parameters and criteria, we can form a mathematical formulation of the problem. However considering the railway line, we should be aware that this is a complex, technical system of large linear stretch, so the degree of validity of technical parameters selected for reconstruction of railway depends on the accounting of calculation methods for condition of uncertainty. Integral probabilistic criterion is considered as one by deciding. Calculation conditions probability and the definition of limit values of probabilities, in the analysis when any decision will be optimal.

Проблема принятия решений состоит в выборе одного из возможных вариантов реконструкции железной дороги под высокие скорости. При решении поставленной задачи сразу же возникает ряд вопросов по выбору основных технических параметров дороги и средств ее технического оснащения.

Реконструктивные мероприятия для повышения скоростей движения на железной дороге должны проектироваться так, чтобы были обеспечены безопасность и бесперебойность движения поездов, сократилось время пассажиров в пути – и все это при наименьших затратах. Сразу же возникает вопрос, как это обеспечить при противоречивости отдельных элементов, например пропускной и провозной способности (\max) и стоимости реконструкции (\min).

Решение поставленных задач проектирования реконструкции железной дороги осуществляется на основе методов теории принятия решений. Задача принятия решений возникает при наличии цели, вариантов решения, ограничений, накладываемых на параметры системы.

Процедура принятия решений состоит из следующих этапов: содержательная постановка задачи, формализация задачи, выбор критерия, математическая постановка задачи, формирование множества возможных вариантов, выделение множества допустимых вариантов, выбор метода и решение задачи, принятие решения.

Располагая параметрами и критерием, можно сформулировать математическую постановку задачи: найти такую совокупность удовлетворяющих ограничениям параметров y_1, y_2, \dots системы (железной дороги), при которой обеспечивались бы параметры цели x_1, x_2, \dots (размеры перевозок) при минимальном (максимальном) критерии (денежных затратах) W .

Наряду с этим следует иметь ввиду, что железнодорожная линия – это сложная техническая система большого линейного протяжения, расположенная в различных природных и техногенных условиях. Эти условия влияют на строительно-эксплуатационные показатели железной дороги, ее пропускную и провозную способности и должны быть изучены в процессе выполнения изысканий (топографо-геодезических, инженерно-геологических, гидрометрических и т. д.). Получаемые при изысканиях данные могут быть неполными или содержать ошибки. Поэтому степень обоснованности выбранных для строительства или реконструкции железных дорог технических параметров зависит от учета в методах расчета условий неопределенности. При этом под неопределенностью понимается не полное отсутствие информации о тех или иных данных, а только то, что эти данные неточные и возможно их изменение с течением времени.

Методика выбора технических параметров проектируемых железных дорог в условиях неопределенности исходной информации согласно данному алгоритму (рисунок 1) происходит в несколько этапов.

На *первом этапе* формируются варианты расчетных условий, определяются наиболее значимые факторы, рассматриваются все возможные сочетания вариантов значений факторов неопределенности и указываются различные сценарии развития условий реализации проекта.

Второй этап заключается в выборе оптимального комплекса технических параметров с учетом динамики развития в каждом варианте расчетных условий на основании принятого частного критерия. Совокупность оптимальных решений при различных расчетных условиях образует так называемую зону неопределенности решения.

Третий этап является анализирующим. При изменении расчетных условий производится анализ принятого оптимального решения.

На четвертом этапе по критериям, известным из теории игр и принятия решений, определяется оптимальное решение из зоны неопределенности.

На пятом этапе в качестве поддержки принятия решения используется интегральный вероятностный критерий. Основой для определения такого критерия служит анализ вероятности осуществления расчетных условий и установление в ходе анализа значений границ вероятностей, в которых то или иное решение будет оптимальным.

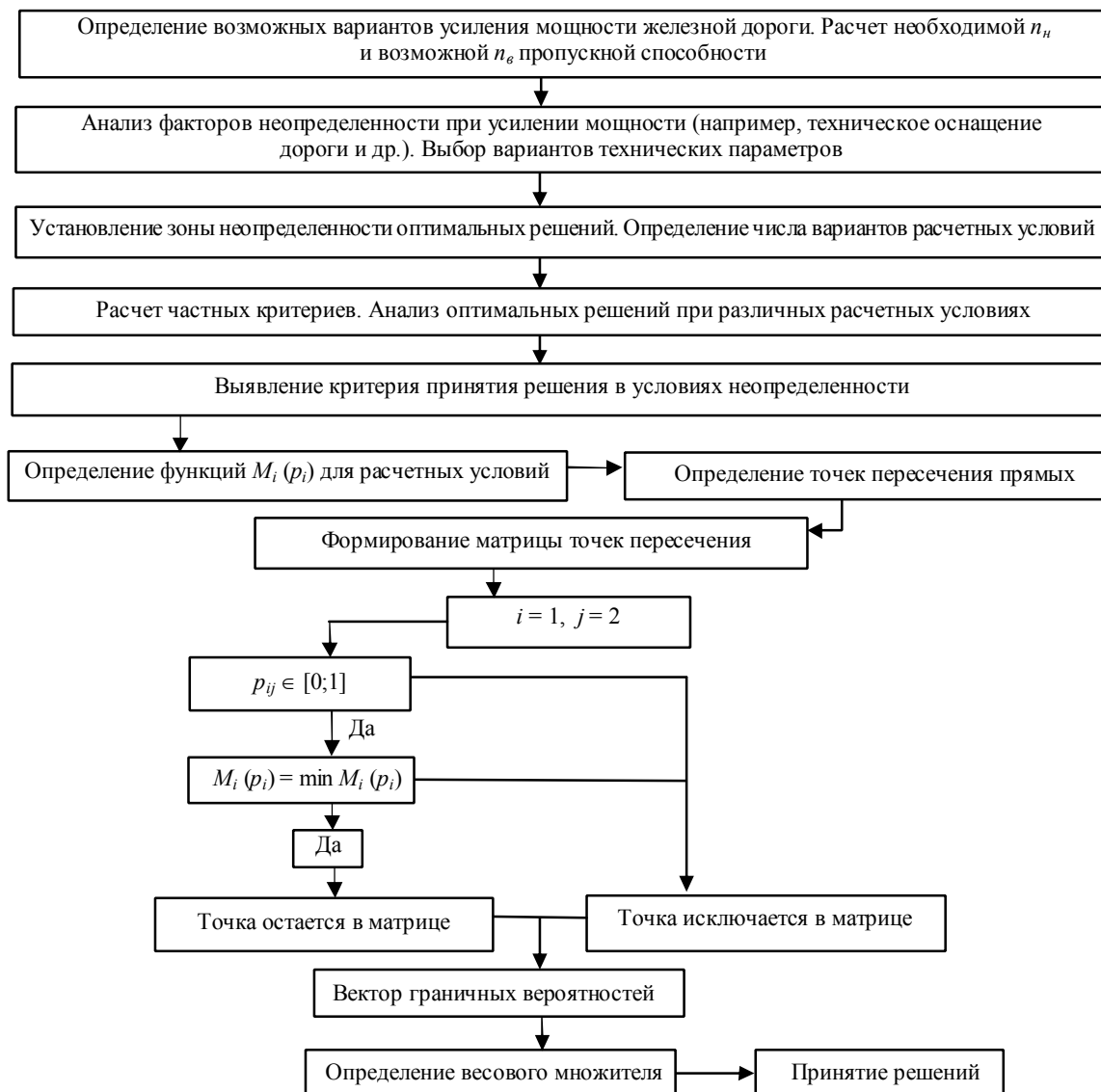
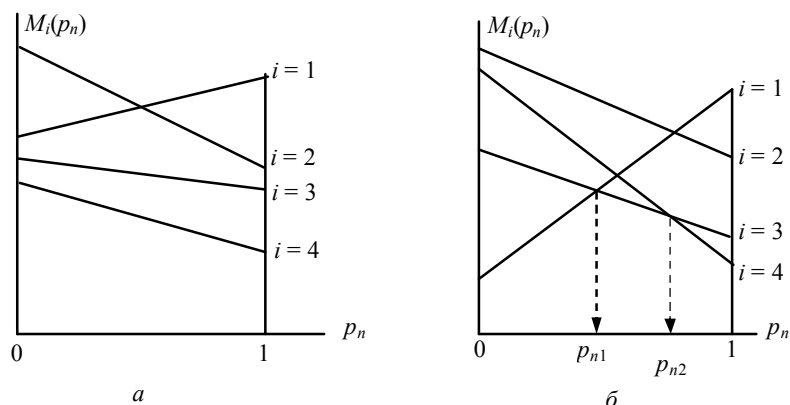


Рисунок 1 – Общий алгоритм принятия решений

Граничная вероятность – это значение вероятности, при котором оптимальное и субоптимальное решения в данных расчетных условиях по критерию математического ожидания частного критерия равноценны, т. е. математические ожидания частных критериев равны между собой.

Графически граничная вероятность – это абсцисса точки пересечения прямых, характеризующих зависимости математического ожидания оптимального и субоптимального решения от вероятности реализации данных расчетных условий (рисунок 2).



Условные обозначения:

p_{n1}, p_{n2} – граничные вероятности оптимальных решений

Рисунок 2 – Варианты соотношения зависимостей $M_i(p_n)$

Далее проверяется значение абсциссы данной точки как точки пересечения со значением граничной вероятности:

- Проверка нахождения абсциссы точки пересечения в реальном диапазоне, необходимая для того, чтобы определить, принадлежит ли абсцисса точки к интервалу от нуля до единицы включительно. Целесообразность данной проверки обуславливается самим понятием вероятности, так как для вероятности справедливо неравенство $0 \leq p \leq 1$.
- Проверка на наличие графиков прямых $M_i(p_n)$, имеющих при абсциссе, равной абсциссе точки пересечения, ординаты меньше, чем ордината точки пересечения. Иными словами, устанавливается, минимальны ли показатели общего критерия анализируемых решений при данном значении вероятности.

При невыполнении хотя бы одной из проверок точка пересечения исключается из дальнейшего анализа, так как она не является точкой, абсцисса которой определяет искомую граничную вероятность. Проверки проводятся для всех точек пересечения. Строится таблица интервалов вероятностей оптимальных решений, представленная ниже.

Таблица интервалов вероятностей оптимальных решений

Решение	Расчетное условие					α_p
	1	2	3	...	N	
1	$(p_n : p_k)_{11}$		
2		$(p_n : p_k)_{22}$	
3	$(p_n : p_k)_{13}$		$(p_n : p_k)_{33}$
4				...	$(p_n : p_k)_{N4}$...
...
A			$(p_n : p_k)_{3A}$

Вычисляется интегральный вероятностный критерий по формуле

$$\alpha_p = \frac{\sum_{j=1}^{j=N} \Delta p_j}{N} \quad (\Delta p_i = p_k - p_n),$$

где p_k, p_n – значения вероятностей конца и начала интервала оптимального решения соответственно.

Таким образом, по вычисленным значениям α_p выбирается оптимальный вариант с максимальными значениями α_p . Значение α_p позволяет ответить на вопрос о том, какова вероятность того, что данное решение будет оптимально.

Ю. П. Серeda (sereda.yulya@gmail.com),
мл. научный сотрудник

Т. Е. Новицкая (space_@tut.by),
мл. научный сотрудник

*Институт философии Национальной
академии наук Беларуси
г. Минск, Республика Беларусь*

ФЕНОМЕН СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА КАК ФАКТОР СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ В СРЕДЕ СОВРЕМЕННОЙ БЕЛОРУССКОЙ МОЛОДЕЖИ

В статье анализируются социокультурные изменения, происходящие в рамках информационных и компьютерных инноваций и существенным образом влияющие на жизнь молодежи, меняющие параметры и характеристики современного социума, его долгосрочные приоритеты. Рассматривается проблема трансформации индивида на примере активного включения современной белорусской молодежи в медиасферу.

In the article the socio-cultural transformations which occur within the information and computer innovations and affect the life of young people essentially, change key parameters and characteristics of the contemporary society, its long-term priorities are analyzed. The problem of the individual's transformation evidence from the active inclusion of modern Belarusian young people into mediasphere is considered.

Общей тенденцией для современных социогуманитарных исследований социальной реальности является признание в качестве доминирующего фактора инновационной динамики, которая, главным образом, ориентируется на разработку и применение информационных компьютерных технологий (ИКТ). Использование современных ИКТ характеризуется высокой скоростью внедрения во все сферы общества. Под ИКТ понимается набор технологических инструментов и ресурсов, используемых для передачи, хранения, создания информации, а также для обеспечения доступа или обмена информацией: компьютеры, Интернет, широковещательные технологии прямого эфира, технологии вещания записанной информации и телефония (стационарная или мобильная, спутниковая, видеоконференции и т. д.) [1].

На наш взгляд, обращаясь к исследованию влияния ИКТ на жизнь человека и социума, необходимо заострить внимание на таком сегменте телекоммуникаций, как социальные медиа, которые поэтапно повышают свой статус в современном белорусском обществе. Социальные медиа – это совокупность новых форм и способов коммуникации, основанных на использовании сетевых и мобильных технологий, ориентированных на поддержание и интенсификацию интерактивной коммуникации и социального взаимодействия. Программно-технологической базой социальных медиа является Web 2.0. Они организованы в соответствии с моделью «многие – многим», обеспечивающей участие пользователей в конституировании виртуальной информационной и социальной среды (уровень продуктивности веб-ресурса прямо пропорционален уровню пользовательской активности). К социальным медиа относятся веб-форумы, блоги и микроблоги, виртуальные игры и «миры», социальные сети, геосоциальные сервисы, краудсорсинговые проекты, сайты видеохостинга и пр.

Степень распространенности и характер функционирования социальных медиа в современном обществе позволяют рассматривать их как катализатор существенных социокультурных трансформаций, в том числе и в сфере повседневной (частной) жизни. Результаты исследования белорусской интернет-аудитории свидетельствуют о неуклонном росте числа пользователей и выходе на лидирующие позиции в рейтинге популярности интернет-ресурсов [2]. Наибольшей активностью в сфере использования новейших ИКТ среди других групп населения отличается молодежь. Причины этого кроются в мобильности и установке на инновации молодежи как особой социальной группы, а также в том, что на данном этапе именно представители поколений, рожденных в начале 1980-х – конце 1990-х гг., являются так называемыми «аборигенами цифрового мира», обладающими опытом социализации в условиях широкого распространения новейших ИКТ и технических средств.

Для молодежи использование социальных медиа становится неотъемлемой частью повседневной жизни. Большая часть белорусской молодежи (77,2%) выходит в Интернет ежедневно, а свыше 90% – регулярно [3, с. 169]. Их активная включенность в глобальную коммуникационную систему, а также интерактивность, мультифункциональность социальных медиа, их ориентация на совместную работу, сетевая структура, доступность информации, широкие возможности выбора каналов и ресурсов коммуникации обуславливают ряд существенных трансформаций

у их пользователя как нового типа потребителя медийной информации («сетевой индивид» – *networked self*), способствуют формированию специфических сетевых идентичностей, стратегий поведения, социальной активности и самоорганизации, возникновению новых форм социальности. Можно согласиться с парадоксальным тезисом о том, что на сегодняшний день «средства коммуникации – вне нас, а медиа – внутри нас» [4]. В своем стремлении повысить степень проникновения ИКТ современные общества упускают из виду тот факт, что во всем есть «две стороны», и «испытание техникой» – не исключение, а вызов современности.

Обращение к интернет-ресурсам усиливает значение визуального восприятия не только окружающей действительности, но и самого человека. Во-первых, пользователю приходится часто иметь дело с информацией в текстовом виде. Во-вторых, учитывая тот факт, что для молодежи Интернет стал полноценной средой повседневного общения, письменная речь начинает заменять устную, выполнять ее функции. Так, Дж. Штейн в своей статье о поколении «миллениалов», опубликованной в газете «Таймс», выразился: «Они любят свои телефоны, но ненавидят по ним разговаривать» [5]. В-третьих, при интернет-общении зачастую используются изображения и (или) видеоряд. Компенсируя нехватку средств речевого выражения эмоций, они, тем не менее, провоцируют «экономия» текстового сообщения (эмотиконы, мемы, рисунки, видеосюжеты, ссылки). Указанные факторы вызывают определенные когнитивно-психологические трансформации у пользователя. Формируется специфический язык сетевой коммуникации, упрощенный, игнорирующий грамматические правила; для передачи эмоций в письменных сообщениях используются специальные символы, для передачи интонации – заглавные буквы, для краткости – акронимы. Снижается креативность, нормой становится копипаст, причем не только в ходе создания текстов, но и в процессах личностной самоидентификации. Так, М. Постер указывает на появление *theft*-идентичностей, т. е. «ворованных», заимствованных у других под влиянием социальных медиа [6]. Социализация индивида, в особенности подростка, проводящего много времени в социальных медиа, протекает в контексте восприятия и использования «нового» языка, что, безусловно, сказывается и на мышлении. Кроме того, большие объемы информации, с которыми сталкивается индивид в сети, ее гипертекстуальность и гипермедийность, а также активный и постоянный интернет-серфинг порождают так называемый «синдром рассеянного внимания», «*net*-мышление», человека «кнопочной культуры». Подобные нововведения инициируют смещения в активных и пассивных моделях поведения индивида: нередки случаи своеобразного «параллелизма» личности, когда *off-line*-человек – застенчивый и нерешительный, а *on-line*, наоборот, – инициативный, коммуникабельный и даже агрессивный. Последнее стало одной из причин появления специфического феномена сетевой коммуникации – «троллинга». Также формирующиеся модели медийного поведения накладывают свой отпечаток на отношение современного человека ко времени, на его личностную адаптацию к «текучести» времени. В этой связи в настоящее время молодые люди по-иному воспринимают устоявшиеся стереотипы и маркеры возрастных этапов. Наряду со смещением границ взрослости современного человека происходит формирование так называемого «поколения ЯЯЯ» [5], набирают обороты такие негативные тенденции, как социальный инфантилизм, нарциссизм, зависимость от Интернета и гаджетов, ориентация на преимущественно краткосрочные жизненные проекты, быстрый результат, эффект или положительную оценку. Происходит смена авторитетов (культурных, ценностных) и перераспределение приоритетов профессиональной (трудовой) занятости и отдыха. Для молодежи мир все более сводится к социальным сетям с их множеством проекций раскованности, необязательности, непосредственности, беспрепятственности, произвольности. Данный факт находит свое выражение в кардинальных структурных сдвигах в системе ценностей, касающихся отношения молодежи к приватной (личной) жизни, границам ее доступности и открытости для других. В этом контексте необходимо обратить внимание на феномен *selfie* (самофотографирование). Данный неологизм выражает набирающий обороты новый формат индивидуальной жизни: отсутствие границ приватного (интимного) пространства. Приоритетной ценностью становится успешная самопрезентация как признание своей уникальности другими. Иными словами, речь идет об эффективной саморекламе, которая встраивается в практики трансформации границ идентичностей: «Я – реклама версии себя» [7, с. 119]. Кроме того, все больше людей «не хотят взрослеть». *Kidults* (от англ. *kid* – ребенок, *adult* – взрослый) – это люди в возрасте от 20 до 35 лет, которые не нацелены на создание семьи, не заинтересованы в постоянном месте работы, находятся в постоянных поисках себя, увлекаются компьютерными играми, отрицают «серьезный» формат жизни, достаточно много времени проводят в Интернете, причем наибольший интерес у них вызывает развлекательный контент [8]. Так, например, среди

тематических предпочтений белорусской молодежной интернет-аудитории информация развлекательного характера занимает 67,7% [3, с. 170].

Подводя итог, отметим, что социальные медиа как децентрализованная технологическая среда уже на сегодняшний день являются одним из доминирующих «мест встречи» для взаимодействия общества, культуры, социальных групп, отдельных индивидов. С другой стороны, философский анализ социокультурных рецептов компьютерных достижений выявил тенденции появления кризисных явлений, связанных с формированием деструктивных явлений, которые становятся причинами личностной и социальной девиации, возникновением новых форм отчуждения человека, погруженного в технологические реалии, а также с распространением негативных стереотипов поведения. Так, социальный запрос на проведение исследований, направленных на изучение специфики цифровых медиа, стремительно возрастает. На сегодняшний день ИКТ и социальные медиа выступают в качестве одного из существенных факторов, оказывающих воздействие на коммуникативные практики, мышление, способы восприятия себя и окружающего мира, идентификацию и образ жизни молодежи. Прежде всего, это относится к странам с высоким или, по крайней мере, растущим уровнем проникновения Интернета (в Беларуси 46,6% в 2012 г.) [9]. В контексте реализации Стратегии развития информационного общества в Республике Беларусь на период до 2015 г. как одного из национальных приоритетов и в ситуации поиска путей перехода к инновационному и устойчивому типу развития проблематика компьютерных технологий и инноваций становится особенно насущной для государственной политики. В связи с этим важно учитывать, что внедрение новейших ИКТ делает неоднозначными современные формы социальности. Кроме того, социальная идентификация и этапы социализации современной молодежи происходят в достаточно сложных условиях, связанных с трансформацией постсоветского общества и кризисом его основных институтов, сопровождающейся непростой социальной и экономической дифференциацией. Молодежь является не только объектом социальных преобразований, но и выступает в роли активного субъекта последних, поскольку ее позиции и деятельность являются залогом сбалансированного развития общества. Проблемные ситуации обостряют процессы адаптации молодежи к социальным изменениям и ставят под сомнение воспроизводство существующих общественных структур, норм и социальных субъектов. При этом по-прежнему воспроизводятся практики копирования чужих поведенческих паттернов, а также усложняются контексты и стратегии личностного самоопределения. В то же самое время социальные медиа провоцируют разрывы устоявшихся (традиционных) связей и способствуют их перестраиванию согласно новым моделям. В одинаковой макросоциальной ситуации в рамках одной частной идентичности возникают различные ее индивидуальные формы, основанные на разном восприятии субъектами своих социальных ролей.

Список литературы

1. **Glossary** // UNESCO.ORG [Electronic resource]. – 2014. – Mode of access : <http://www.uis.unesco.org/Pages/Glossary.aspx>. – Date of access : 11.01.2014.
2. **GemiusAudience** [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа : <http://www.audience.by>. – Дата доступа : 13.01.2014.
3. **Молодежь** суверенной Беларуси: штрихи к портрету / под ред. Д. М. Булышко [и др.]. – Минск : БГУ, 2012.
4. **Савчук, В.** Коммуникант – эпифеномен коммуникации / В. Савчук // Исследовательский центр медиафилософии [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа : http://mediaphilosophy.ru/biblioteca/articles/savchuk_communicant. – Дата доступа : 13.01.2014.
5. **Stein, J.** Millennials: The Me Me Me Generation. Why millennials will save us all / J. Stein // Time Magazine [Electronic resource]. – 2013. – Mode of access : <http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,2143001-8,00.html>. – Date of access : 30.05.2013.
6. **Poster, M.** Information please: culture and politics in the age of digital machines / M. Poster. – Durham NC : Duke University Press, 2006.
7. **Постер, М.** Кибердемократия: Интернет и публичная сфера / М. Постер // Контексты современности II : хрестоматия / сост. и ред. С. А. Ерофеев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Казань : Казан. ун-т, 2001.
8. **Arnett, J. J.** Emerging Adulthood. The Winding Road from the Late Teens Through the Twenties / J. J. Arnett. – NY : Oxford University Press, 2004.
9. **Internet** and Facebook Usage in Europe // Internet World Stats [Electronic resource]. – 2013. – Mode of access : <http://www.internet-worldstats.com/stats4.htm>. – Date of access : 28.05.2013.

И. В. Трусевич (Trusevich@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент, руководитель
центра бизнес-образования

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ BUSINESS INTELLIGENCE И CLOUD COMPUTING

В настоящее время внимание руководителей и ИТ-специалистов компаний акцентируется на реальной возможности быстрого и своевременного получения информации и знаний. Накопление больших объемов информации (Big Data) способствует внедрению бизнес-аналитики (Business Intelligence), но увеличивает масштабируемость информационных систем компаний, которые вынуждены финансировать поддержку и обновление сложного программно-аппаратного обеспечения. На помощь приходят облачные технологии (Cloud Computing), сервис которых предоставляют специализированные ИТ-компании.

В статье рассмотрены понятия Business Intelligence и Cloud Computing, обобщены направления и перспективы развития данных компьютерных технологий.

Nowadays, at the time of transition to a knowledge economy the attention of managers and IT professionals is focused on the fast, timely and inexpensive ways to obtain information and knowledge. Accumulation of large amounts of data promotes the introduction of BI (Business Intelligence), but increases the scalability of the information systems of companies and they have to finance the maintenance and updating of complex software and hardware. Cloud Computing service, which provided by specialized IT companies can help to solve this problem.

The article discusses the notion of Business Intelligence and Cloud Computing, summarizes trends and prospects of development of these computer technologies.

Business Intelligence (сокращенно BI), или бизнес-анализ, бизнес-аналитика, – это программное обеспечение, методы, средства, инструменты для сбора данных, консолидации, хранения, анализа, моделирования, получения информации и знаний, построения аналитической отчетности с целью поддержки принятия решений в бизнесе своевременно, быстро и на основе достоверных данных.

В широком смысле бизнес-анализ означает:

- *программное обеспечение*, созданное для помощи менеджеру в анализе информации о своей компании и ее окружении;
- *методы и средства* сбора данных, консолидации информации и обеспечения доступа бизнес-пользователей к знаниям;
- *инструменты*, используемые для преобразования, хранения, анализа, моделирования, доставки и трассировки информации в ходе работы над задачами, связанными с принятием решений на основе фактических данных (с помощью этих средств лица, принимающие решения, должны при использовании подходящих технологий получать нужные сведения и в нужное время);
- *процесс* превращения данных в информацию и знания о бизнесе для поддержки принятия улучшенных и неформальных решений;
- *знания* о бизнесе, добытые в результате углубленного анализа детальных данных и консолидированной информации.

BI-технологии позволяют анализировать большие объемы данных, накопленные в компаниях за длительные периоды времени. В информационном обществе наблюдается тенденция стремительного роста количества информационных систем и объемов данных. Компании неизбежно сталкиваются с необходимостью задействовать дополнительные ресурсы и мощности. Это подразумевает финансовые затраты на приобретение собственного серверного оборудования, обслуживание, оплату лицензионного программного обеспечения и содержание квалифицированного персонала.

В настоящее время компании обращают внимание на одно из перспективных направлений в ИТ-сфере – облачные технологии.

Облачные вычисления (Cloud Computing) – технология распределенной обработки данных, в которой компьютерные ресурсы и мощности сосредоточены в некотором удаленном центре обработки данных («в облаке») и предоставляются пользователям через сеть «Интернет» на условиях аренды.

Применение облачных технологий доказывает свою эффективность за счет следующих факторов:

- экономии на закупке;
- поддержки и обновления сложного программно-аппаратного обеспечения;

- существенного снижения себестоимости хранения и обработки данных (по некоторым оценкам в 10 раз);
- неограниченной масштабируемости удаленных ресурсов;
- независимости от собственной ИТ-инфраструктуры;
- оптимизации загрузки мощностей и возможности управления масштабированием приложений;
- оплаты только за реально задействованные мощности и ресурсы или фактическое время их использования.

Организации, которые предоставляют облачный сервис, предлагают компаниям разработку заказного программного обеспечения и cloud-приложений для работы в публичной облачной среде (public cloud), «частном облаке» (private cloud) и гибридной среде вычислений (hybrid cloud), тестирование созданного программного обеспечения, миграцию разработанных приложений «в облаке» компаний – поставщиков облачных сервисов, кастомизацию облачных решений и платформ под потребности конкретных компаний, занятых в различных бизнес-сферах (электронная коммерция, бизнес-аналитика, сбор и поставка информации и т. д.).

Аналитики компании *Gartner Group* прогнозируют перемещение большей части информационных технологий «в облака» в течение 5–7 лет [1]. Однако уже в настоящее время многие компании пользуются преимуществами этого финансово эффективного, гибкого и доступного инструмента и планируют использовать «облака» для работы с большими объемами данных, в том числе и в бизнес-аналитике.

Облачная модель на сегодняшний день является ключевым стимулом для развития большинства интересных для бизнеса направлений бизнес-аналитики.

Верит в перспективы «облаков» и компания *HP*. По оценкам ее специалистов, к 2020 г. доля традиционных информационных технологий в мире сократится с 69 до 36% в пользу частных, публичных и гибридных «облаков» [2]. «Облака» – это прежде всего организационная трансформация ИТ. Одной из ключевых тенденций современности является растущая мобилизация корпоративных пользователей, которые, с одной стороны, хотят иметь возможность эффективно использовать в работе собственные устройства (концепция BYOD), а с другой, – получать доступ к необходимым сервисам в любое время из любого места. Лучшим решением этой задачи представляется модель «ИТ как сервис», основанная на облачных технологиях.

В последующие годы будет уделяться большое внимание *серверной виртуализации всей инфраструктуры компании*.

Безусловно, при построении «частного облака» важную роль наряду с оборудованием играют также программные решения, которые обеспечивают эффективное управление виртуализированной инфраструктурой. Виртуализация серверов позволяет существенно сэкономить за счет консолидации и упрощения управления информационными технологиями, сократить время простоев критичных приложений и сроки развертывания новых сервисов. По оценкам специалистов, в мире виртуализованы уже более 50% нагрузок, а в России – около 40% [2]. Республика Беларусь стоит у истоков внедрения данных технологий.

Компания *VMware* предлагает перейти от виртуализации серверов к концепции программно определяемого центра обработки данных (Software-Defined Data Center, SDDC), предполагающей, что вся инфраструктура полностью виртуализована и доступна в виде сервиса, а контроль за таким центром автоматизирован при помощи программного обеспечения [2]. Предполагается, что это позволит сократить время развертывания новых сервисов до минут, часов (в случае виртуализированной инфраструктуры) и недель (в случае традиционной инфраструктуры). В результате уменьшатся сроки вывода новых продуктов и услуг на рынок, сократятся операционные расходы. Этот компонент вместе с другими компонентами (мобильность и «гибридные облака») поможет перейти к концепции «ИТ как услуга».

Недавно аналитическая компания *IDC* опубликовала несколько отчетов, согласно которым на глобальном рынке значительно вырастет интерес к бизнес-аналитике [2]. Компания *IDC* спрогнозировала, что общие затраты на информационные технологии в 2013 г. достигнут 2,1 трлн долл. США, таким образом, несмотря на различные экономические негативные факторы, рост составит 5,7% по отношению к прошлому году.

Другой важный тренд в контексте ВІ – это увеличение расходов на мобильные устройства и услуги на них, как минимум, на 20%.

Необходимо также отметить, что по оценкам компании *IDC*, спрос на облачные технологии (услуги, платформы) продолжит расти.

К 2016 г. до 80% новых инвестиций будут направляться на деятельность по принятию решений, иначе говоря, на средства по автоматизации труда руководителей.

За 2012 г. рынок ВІ вырос на 8,7% (до 34,9 млрд долл. США), и компания *IDC* прогнозирует, что до 2017 г. объем продаж будет ежегодно увеличиваться в среднем на 9,7% [2].

Рынок бизнес-аналитики заняли 5 крупнейших производителей программного обеспечения (компании *Oracle, SAP, IBM, Microsoft, SAS*), которым принадлежат почти две трети рынка, и огромное множество небольших компаний, работающих в определенных нишах.

Среди крупных компаний интерес к BI уже устоявшийся, в то время в малом бизнесе началось активное внедрение BI-систем относительно недавно. Малый бизнес – это динамично развивающаяся среда, в которой аналитические решения могут предоставить конкурентные преимущества в короткой перспективе. И если крупные компании нацелены на долгосрочные проекты, включающие в себя систематизацию и консолидацию отчетности, мониторинг показателей, то в малом бизнесе чаще используется информация для принятия оперативных решений в высококонкурентной, быстро меняющейся среде.

Несмотря на то, что BI-решения не первый год существуют на рынке, потребность в новых внедрениях все еще высока. Компаниям целесообразно ориентироваться на принцип работы с клиентами, основанный на сопровождении полного жизненного цикла системы (внедрение, оказание технической поддержки, дальнейшее развитие систем). Интерес бизнеса к BI-решениям в последнее время смещается от фиксированных форм отчетности к решению конкретных бизнес-задач. Очень часто заказчики после внедрения определенного BI-функционала находят и другие возможности применения этой системы. Поэтому решения могут масштабироваться, охватывать новые направления деятельности компании.

Бизнес-аналитика на современном этапе работает для большого количества пользователей. Поэтому меняются и требования к системам. Например, менеджеру по продажам мониторинг какого-либо показателя не столь существен, однако ему важны гибкие механизмы аналитики для обнаружения точек роста, выявления конкурентных преимуществ. Оперативность, достоверность и качество данных становятся очень важными критериями, поэтому нужно принимать решение на основе всех возможных операционных, исторических и аналитических баз данных, которые есть в компании, а не только на основании данных транзакционной системы, к которой имеется доступ. Пользователь не должен задумываться о том, насколько точная информация ему предоставляется. Ему необходимо работать, используя наглядные быстрые инструменты для моделирования и оценки гипотез, и искать дополнительные, скрытые, упущенные, неочевидные бизнес-возможности. В общем, использование BI направлено на решение нетиповых задач, возникающих в любом бизнесе. Меняются требования и к архитектуре BI-решений. Клиенты делают акцент на кроссплатформенность, производительность, отказоустойчивость, географическую доступность систем, поскольку объемы анализируемых данных увеличиваются с каждым годом.

Для скорения внедрения бизнес-аналитики нужно информировать обо всех возможностях таких систем. Кафедра информационно-вычислительных систем и центр бизнес-образования Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации стараются внедрять в учебный процесс технологии Business Intelligence и Cloud Computing, работать над популяризацией этих технологий на предприятиях малого и среднего бизнеса (проводятся различные маркетинговые мероприятия, вебинары, показываются решения в действии).

В прогнозе развития BI на ближайшее будущее многообещающим является направление Big Data, которое позволяет анализировать не только структурированные, но и неструктурированные данные из разных источников, включая внешние. Вероятно, с помощью бизнес-аналитики можно будет анализировать данные не только о компании, но и об окружающей среде, чтобы понять положение компании на рынке. Уже существует концепция Open Data, причем она обсуждается на государственном уровне. Ее влияние на BI с течением времени неизбежно. Используя открытые данные, можно получать выгоду для себя и найти применение своему бизнесу.

Активно продвигаются визуализация и интуитивная работа с данными, позволяющая пользователям BI-систем напрямую работать с данными в удобном виде. Эта технология сближает BI и бизнес-пользователей, позволяя обращаться к аналитике не только специалистам. Все больше специалистов в компаниях будет использовать BI-инструменты в повседневной работе.

Список литературы

1. **ЕРАМ.** Центр компетенции по облачным технологиям [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа : <http://www.epam-group.ru/strengths/competency-centers/cloud-technologies-center.html>. – Дата доступа : 10.01.2014.
2. **IT для бизнеса** [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа : http://ko.com.ua/legkaya_oblachnost_92033. – Дата доступа : 12.01.2014.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ОБЪЕКТАМИ ПРАВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

В работе рассмотрено применение методов экономико-математического моделирования для управления объектами прав интеллектуальной собственности. Представлены функции полезного использования экономико-математических методов и моделей. Предложен алгоритм моделирования процесса управления объектами интеллектуальной собственности.

The paper considers application of economic – mathematical modeling for the management of intellectual property rights. Shows the functions useful economic – mathematical methods and models. An algorithm simulation process management of intellectual property.

Сегодня в мире широко используются математические методы как в решении конкретных экономических и управленческих задач, так и в самой экономической науке.

Подтверждением правильности выбранного пути является тот факт, что большинство Нобелевских премий в области экономики было присуждено за работы, посвященные применению математики в экономических исследованиях и решении практических экономических задач.

Экономико-математическое моделирование используется с целью:

- анализа экономических объектов и процессов, в том числе углубленного изучения объекта исследования, направленного на получение новых знаний об этом объекте;
- предвидения развития экономических процессов и прогнозирования последствий от тех или других;
- выработки управленческих решений на всех уровнях хозяйственной иерархии управления.

При реализации данных целей также обеспечиваются:

- Совершенствование системы экономической информации. Математические методы и модели, опираясь на технические и программные средства информатики, позволяют упорядочить систему экономической информации (исключить дублирование и неполноту, повысить точность, ускорить поиск и обмен информацией, увеличить объем сохранения, снизить трудоемкость подготовки производной информации).
- Интенсификация экономических расчетов. Формализация задач значительно ускоряет их решение на компьютере, повышает точность расчетов, позволяет получить их многовариантность и проводить моделирование экспериментов, недостижимых для «ручной» технологии.
- Углубление количественного анализа экономической проблемы. Благодаря многофакторному анализу можно исследовать причинно-следственные связи, количественные оценки последствий изменения определенных показателей.
- Решение принципиально новых задач, которые без использования экономико-математических методов решить невозможно (оптимизация, балансовые согласования, прогнозы, имитация функционирования больших систем).

Математическая модель может быть средством проверки правильности сформулированных научных гипотез или ожидаемого экономического развития. При правильно заложенных в модель гипотезах выводы, полученные благодаря модели, являются также правильными. Если заложенные предпосылки неправильны, то сравнение результатов моделирования с реальной действительностью покажет несостоятельность данных предпосылок.

Конечно, не во всех случаях результаты экономико-математического моделирования могут применяться непосредственно как готовые управленческие решения. Скорее всего они рассматриваются как «консультирующие» средства. Формальные методы являются прежде всего средством подготовки научно обоснованного материала для последующих рациональных действий человека в процессе управления. Это позволяет производительно использовать опыт, интуицию человека, его способность решать задачи, которые тяжело формализуются. Принятие управленческих решений остается за человеком.

Следовательно, экономико-математическое моделирование является одним из важных компонентов в человеко-машинных системах анализа, планирования и управления экономическими системами [1].

Моделирование является процессом построения, изучения и применения моделей. Оно является неотъемлемой частью целеустремленной деятельности.

Процесс моделирования включает три элемента, которые образуют систему:

- Субъект исследования (системный аналитик).
- Объект исследования.
- Модель, которая опосредует отношения между изучаемым объектом и познающим субъектом (системным аналитиком). При построении модели применяются такие категории, как абстракция, аналогия, гипотеза.

Процесс моделирования можно изобразить схемой, где есть объект и исследователь.

Первый этап предусматривает наличие некоторых знаний об объекте-оригинале. Строится вербальная, т. е. словесная модель. Познавательные возможности модели предопределяются тем, что модель отображает, с точки зрения системного аналитика, существенные черты объекта-оригинала. Очевидно, модель теряет смысл как в случае тождественности с оригиналом, так и в случае избыточного упрощения. По данной причине любая модель замещает оригинал только в строго ограниченном смысле. Из этого можно сделать следующие выводы:

- любая модель является субъективной, она несет в себе характерные черты индивидуальности системного аналитика;
- любая модель является гомоморфной, т. е. в ней отражаются не все, а лишь существенные свойства объекта-оригинала, исходя из целей исследования, взятой системы гипотез и т. п.;
- возможно существование множества моделей одного и того же объекта-оригинала, которые отличаются целями исследования, степенью адекватности и т. п.

Модель считается адекватной объекту-оригиналу, если она с достаточной степенью приближения (на уровне понимания системным аналитиком моделируемого процесса) отображает закономерности процесса функционирования реальной экономической системы во внешней среде.

На втором этапе модель предстает как самостоятельный объект исследования. Окончательным результатом этого этапа является множество знаний о модели. Одной из форм такого исследования является проведение «модельных» экспериментов, при которых сознательно изменяют условия функционирования модели и систематизируют данные о ее «поведении».

На практике реализуются три основные степени формализации (формирования математической модели): содержательное описание, формализованная схема (графическая модель структуры объекта), математическая модель.

На третьем этапе происходит перенесение знаний о модели на оригинал. Толкование результатов моделирования формирует множество знаний об объекте.

На четвертом этапе осуществляется практическая проверка полученных с помощью моделей знаний и их использования для построения обобщающей теории объекта и управления ими [1].

Построение модели функционирования и управления интеллектуальной собственностью Украины возможно лишь через прохождение определенных процедур, предшествующих фактическому построению модели и прогнозированию показателей.

Построим алгоритм моделирования системы, очертим особенности каждого из этапов и решим их. Универсальный алгоритм построения модели приведен на рисунке.

Первым этапом алгоритма моделирования является «понимание системы», т. е. появление потребности в раскрытии состояния, принципиальных положений функционирования и управления интеллектуальной собственностью в Украине, что и было сделано в исследовании.

Следующим этапом является «формулировка цели моделирования». Этот этап является фундаментальным, без него невозможна процедура моделирования. Далее определим цель и задачи, которые планируется решить с помощью метода моделирования.

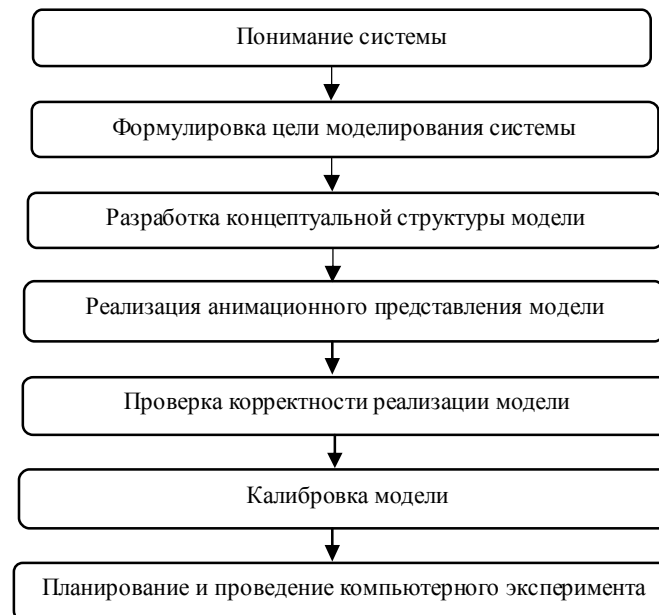
Целью моделирования функционирования интеллектуальной собственности Украины является демонстрация возможности управления системой факторов с помощью параметров-влияний.

Согласно цели моделирования функционирования интеллектуальной собственности в Украине важными являются задачи, которые возможно решить с его помощью: раскрыть взаимосвязь факторов влияния, отобразить качественную и количественную зависимость между параметрами и переменными модели, построить прогнозные значения функционирования интеллектуальной собственности Украины.

Построение модели невозможно без построения системы факторов, которые формируют и влияют на функционирование интеллектуальной собственности. Определение факторов и связи

между ними предоставит возможность построить концептуальную модель функционирования всей системы управления интеллектуальной собственностью Украины.

Алгоритм моделирования процесса управления объектами интеллектуальной собственности [2]



Исходными показателями модели является система показателей интеллектуальной собственности, сформированная в зависимости от объектов права интеллектуальной собственности: изобретения, полезные модели, промышленные образцы, знаки для товаров и услуг, топографии интегральных микросхем (ИМС), компьютерные программы, литературные и художественные произведения.

Каждый из объектов прав собственности имеет следующие характеристики: поданные заявки за год и полученные права на объект интеллектуальной собственности.

По этим характеристикам становится понятно, что подача документов на регистрацию интеллектуального продукта еще не означает, что он будет зарегистрирован и что будет получен соответствующий документ (патент) при определенных причинах, таких как несоответствие требованиям по данной документации, наличие аналогов разработки и другие аргументированные или бюрократические отказы учреждения [2].

Таким образом, в качестве основной характеристики ведущей гипотезы моделирования и формирования концепции функционирования системы интеллектуальной собственности выступают показатели интеллектуальной собственности, которые формирует экономическая деятельность корпоративного сектора и учреждений Украины с помощью распределенного финансирования системы.

Список литературы

1. **Економіко-математичне** моделювання [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://moodle.udec.ntu-kpi.kiev.ua/moodle/mod/resource/view.php?id=5567>.

2. **Эффективные** подходы к развитию предприятий, отраслей, комплексов : монография. В 3 кн. Кн. 3 / Р. Н. Аксенова [и др.]. – Одесса : Куприенко С. В., 2013. – С. 100–114.

II. МАРКЕТИНГ, МЕНЕДЖМЕНТ, ЛОГИСТИКА

Н. А. Власенко (Vlasenko.anya@mail.ru),
канд. техн. наук, доцент, доцент кафедры
менеджмента и маркетинга

А. Л. Власенко (Vlasenko.anya@mail.ru),
магистрант

О. В. Яковенко (yakovenko_olenka@rambler.ru),
ассистент кафедры менеджмента и маркетинга

*Херсонский национальный технический университет
г. Херсон, Украина*

МОДЕРН КАК ОДИН ИЗ ЭЛЕМЕНТОВ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ХЕРСОНЩИНЫ

Херсон имеет значительный туристический потенциал благодаря историческим и культурным объектам, богатым природным ресурсам и удобному географическому расположению. Одним из перспективных ресурсов историко-культурного туризма является архитектура города в стиле «модерн». Исследование названного объекта может обеспечить развитие туристического потенциала.

Kherson has considerable tourist potential thanks to the historical and cultural objects, rich natural resources and a convenient geographical arrangement. The city architecture in style “Art Nouveau” is one of perspective resources of historical and cultural tourism, research of the named object can provide development of tourist potential.

Туризм – одна из наиболее постоянных составляющих мировой экономики, которая за последние десятилетия имеет стабильные (приблизительно 5% за год) темпы роста, поэтому туризм считается одним из наиболее перспективных направлений социально-экономического развития. На современном этапе туризм стал частью стиля жизни более чем трети человечества, это можно рассматривать как составляющую качества жизни.

Установлено, что рост благосостояния, изменение характера работы в сторону ее интеллектуализации стимулируют повышение уровня образования. Переход общественного развития к модели «свободного времени» содействует интеллектуализации досуга и способствует его саморазвитию, что усиливает культурную функцию туризма. Херсон имеет значительный туристический потенциал благодаря историческим и культурным объектам, богатым природным ресурсам и удобному географическому расположению. Одним из перспективных ресурсов историко-культурного туризма является архитектура города в стиле «модерн». Исследование названного объекта может обеспечить развитие туристического потенциала Херсонской области.

В настоящее время проблематика развития туризма в Украине недостаточно изучена. Однако отдельные аспекты этого вопроса освещены в работах таких ученых, как О. О. Бейдик, В. Ф. Кифяк, О. Д. Король, О. О. Любицева, М. П. Мальская, А. В. Мокляк, Г. В. Чернова и др.

Целью данной статьи является исследование стиля «модерн» в архитектуре Херсона как одного из ведущих ресурсов для развития историко-культурного туризма Херсонщины.

Туризм является одной из точек роста экономики. По данным Всемирной туристической организации, сфера туризма и курортов генерирует каждое 12-е рабочее место, ее вклад в мировой валовой внутренний продукт (ВВП) составляет около 9%. В настоящее время вклад сферы туризма в ВВП Украины составляет всего 2,2%. При этом в период с 2010 по 2012 г. количество туристов, которые въезжают в Украину, увеличилось более чем на 1,1 млн чел. и составило 24,6 млн чел. в год [1]. Стратегическая цель развития туризма в Украине состоит в создании продукта, способного конкурировать на мировом рынке и максимально удовлетворять туристические потребности населения страны и гостей, а также в реализации туристического потенциала каждого региона.

Туризм приобретает все большее значение для развития экономики в Херсонской области. Приоритетное направление развития въездного и внутреннего туризма является важным фактором повышения качества жизни населения, создания дополнительных рабочих мест, увеличения бюджетных поступлений, повышения авторитета региона. Развитие туризма существенным образом влияет на такие сектора экономики, как транспорт, связь, торговля, строительство, производство товаров широкого потребления, и является одним из перспективных направлений структурной перестройки экономики.

Как показывают исследования, количество туристов, которые посещают Херсонскую область, возрастает с каждым годом. Число отдыхающих в Херсонской области по состоянию на 1 сентября 2013 г. составило почти 2,4 млн чел., что на 13% превышает прошлогодний уровень [2]. Увеличивается и заинтересованность туристов в посещении города Херсона. За 2012 г. город официально посетили свыше 22 тыс. туристов (без учета однодневных посетителей), что на 25% больше, чем за соответствующий период 2011 г. За последний год (данные за февраль 2013 г.) количество иностранных туристов, которые посещают Херсон, также выросло на 22%. Благодаря выполнению региональной программы развития туризма и курортов на 2011–2015 гг. на Херсонщине ожидается ежегодное увеличение на 10% доли как внутреннего, так и иностранного (въездного) туризма. Однако количество туристов, которые посещают Херсонскую область, составляет всего 9,76% от общего количества туристов, приезжающих в Украину. С целью повышения количества туристов необходимо развивать туристический потенциал области. Одним из перспективных туристических ресурсов историко-культурного развития туризма Херсонской области является архитектура города Херсона в стиле «модерн».

Модерн (от фр. *moderne* – новейший) – стиль в искусстве (преимущественно в архитектуре, изобразительном и декоративно-прикладном искусстве) конца XIX – начала XX вв. В Бельгии и Франции этот стиль называется «ар-нуво», в Германии – «югендстиль», в Италии – «либерти», в Великобритании – «модерн стайл», в США – «тиффани», в Украине – «сецессия» [3]. Основными элементами этого стиля является использование синусоидальных линий, стилизованных цветов, языков пламени, волнистых линий, заимствованных у природы. Хронологически модерн охватил небольшой отрезок времени (90-е гг. XIX в. – начало XX в.). Главной особенностью модерна было противопоставление историзму и эклектике. Во многих городах Украины в названный период стиль «модерн» приобрел национальные черты, позаимствовав мотивы народного деревянного строительства: формы крыш, оконные прорезы со скошенными верхними углами, майоликовые вставки и другие декоративные элементы.

Классицистические традиции, которые сложились при строении приморских городов, в частности Херсона, стали препятствием для широкого распространения модерна в архитектуре. Не многие города имеют архитектуру в таком стиле, поэтому, с точки зрения познавательного туризма, города, которые имеют здания с такой архитектурой, обладают определенным туристическим потенциалом. В Херсоне сохранились лишь единичные образцы в стиле «модерн». Однако и эти шедевры в значительной степени украшают улицы города и являются важными составляющими потенциала развития туризма в Херсонской области.

Выделяют три вида модерна: чистый, провинциальный и рационалистический. В результате исследования было установлено, что архитектура модерна в Херсоне представлена всеми тремя ветвями [4], что также характерно не для всех городов и, следовательно, составляет определенный туристический потенциал.

Чистый модерн в Херсоне представлен довольно широко. Это, например, здание яхт-клуба, построенное в 1913 г. на стрелке Карантинного острова, в архитектуре которого соединяются кирпичная кладка и ажурные деревянные детали. Широкие выносные карнизы, навесы, беседки придают дому южную легкость и утонченность, а высокий цоколь защищает от весенних наводнений. Стиль «чистый модерн» характерен также для здания Мариинско-Александровской женской гимназии (корпус Херсонского государственного педагогического университета) на улице Перекопской, построенного в 1896 г., и дома Н. Блажкова (Херсонская музыкальная школа № 1) на улице Кирова, построенного в 1909 г. (рисунок 1). В архитектуре дома использовался псевдомавританский стиль. Плоскость стен дома эффектно декорирована красным и белым кирпичом. Дом на улице Горького, построенный в 1911 г., в стенах которого находится Областной хозяйственный суд, украшен в морском стиле: овальные окна, как двери корабля, лепнина в виде волн и ракушек (рисунок 2).



Рисунок 1 – Дом Н. Блажкова

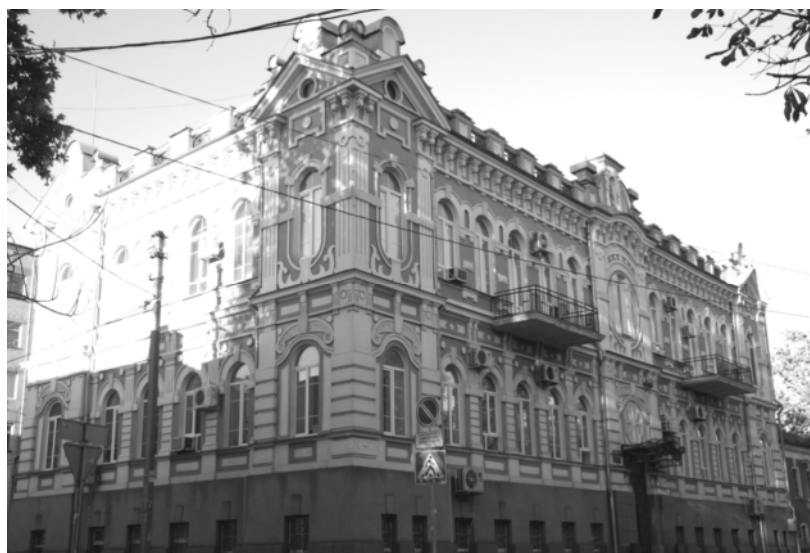


Рисунок 2 – Дом в морском стиле

Провинциальный модерн в Херсоне практически отсутствует. В качестве примера можно привести здание ассигнационного банка (ныне также здание банка). Здание, построенное между 1911–1914 гг., напоминая армейские казармы, органически вписалось в архитектуру Ярма- рочной площади (улица Пестеля).

Здания, которые находились на пересечении улиц, имели два фасада, и эти фасады могли быть разными по композиции. Особое внимание отводилось угловым элементам (что вообще характерно для стиля «модерн»). В архитектуре зданий также часто использовались башни, эр- керы, которые обеспечивали «перетекание» одного фасада в другой. Примером может послу- жить Европейский отель (отель «1 Мая») на улице Соборной, построенный в 1915 г.

В 1910 г. набирает силу рационалистический модерн. Сдержанные украшения фасадов в основном сводятся к геометрии архитектурных форм. Сохранившихся зданий в стиле «рацио- налистический модерн» в Херсоне очень мало. Это связано, прежде всего, с тем, что многие из них были построены на проспекте Ушакова без особой планировки, и их выступающие фасады мешали дальнейшей застройке центрального проспекта. В качестве примера можно назвать зда- ние механических мастерских на улице Гоголя, а также здание на проспекте Ушакова, в кото- ром находится клуб юных техников. Отличительной особенностью этого здания являются вол- нистые линии, которые не свойственны рационалистическому модерну.

Результаты проведенного исследования свидетельствуют о том, что Херсон имеет целый комплекс зданий в стиле «модерн». Преимуществом при этом является то, что архитектурные памятники находятся в центре города, что дает возможность проводить пешие экскурсии и активно отдыхать. Подобные экскурсии можно проводить как для взрослых, так и детей.

Для популяризации исследуемых туристических ресурсов нужно осуществить целый ряд мероприятий. Прежде всего, необходимо провести реставрацию указанных зданий и внести их в список исторических зданий Украины, защитить законом от перестройки и небрежного отношения к ним. Следует расположить на фасаде зданий таблички с QR-кодом с информацией об особенностях архитектуры, что будет содействовать развитию не только организованного, но и «дикого» туризма. Необходимо создать сайт, на котором будут популяризироваться историко-культурные памятники Херсонщины, представляться информация для туристов о значительных событиях в регионе, а также сведения об отелях, кафе, ресторанах, транспорте, туристических маршрутах области и многое другое, что может заинтересовать туристов. Нужно организовать фотовыставки, на которых будут представлены фотографии Херсонщины, и наиболее удачные из них размещать на созданном сайте, что будет дополнительной информацией для туристов.

Исходя из вышеизложенного следует, что Херсонская область имеет значительный туристический потенциал. Для популяризации и развития туристических ресурсов целесообразно в Херсоне разработать экскурсионные маршруты, расположить QR-коды на фасадах исторических зданий, отреставрировать фасады зданий и т. п. Популяризация архитектурных сооружений в стиле «модерн» будет содействовать росту туристического потенциала области.

Список литературы

1. **Информационное** агентство «Вестиуа» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://vestiua.com/ru/news/20130916/37425.html>.
2. **Староселец, В.** На херсонщину приехало туристов в полтора раза больше / В. Староселец [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://vokrug-sveta.com.ua/kifiyak-tyristicheskiye-resyrsu-i-infrastryktyra.html>.
3. **Архітектура** в стилі модерн [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://uk.wikipedia.org>.
4. **Власенко, А. Л.** Особенности стиля модерн в архитектуре Херсона / А. Л. Власенко, С. И. Афанасьева // Місце дизайну в промисловій політиці України : зб. праць Всеукраїнської студентської наук. конф., 20–21 квітня 2010 г. / Черкаський державний технологічний університет. – Черкаси, 2010. – С. 28–34.

А. В. Дыленок (Alesiasia@mail.ru),
магистрант

*Белорусский торговое-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ПРОБЛЕМА ВЫБОРА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ДЛЯ ЦЕЛЕВЫХ РЫНКОВ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ГОМЕЛЬСКИЙ ЗАВОД ТОРГОВОГО МАШИНОСТРОЕНИЯ»)

Данная статья посвящена актуальной на сегодняшний день проблеме выбора маркетинговой стратегии организации. В работе представлена методика выбора маркетинговой стратегии для целевых рынков ОАО «Гомельский завод торгового машиностроения».

This article focuses on the actual for nowadays problem of choosing a marketing strategy. The paper presents a methodology for the selection of marketing strategy for target markets Public Corporation “Gomel Plant of Trade Engineering”.

Интенсивное развитие экономики, появление новых запросов и изменение позиции потребителя, возрастание конкуренции за ресурсы, интернационализация бизнеса, появление новых возможностей, связанных с открытиями и достижениями науки и техники, развитие информационных сетей, делающих возможным молниеносное распространение и получение информации, широкая доступность современных технологий, изменение роли человеческих ресурсов, а также ряд других причин привели к необходимости руководствоваться в своей деятельности

стратегическим подходом, позволяющим подготовить организацию к изменениям, происходящим в ее окружении, путем нахождения новых ориентиров ее развития.

Анализ особенностей целевых сегментов рынка ОАО «Гомельский завод торгового машиностроения», а также его маркетинговых возможностей показал, что в сложившихся условиях целесообразно применить стратегию интенсивного роста по отношению к базовому рынку, в частности стратегию развития товара.

В качестве обоснования оптимальности выбранной стратегии (проникновение на рынок, развитие рынка, развитие товара, диверсификация) был сформирован набор стратегических альтернатив для ОАО «Гомельский завод торгового машиностроения» и произведена их оценка с помощью матрицы Ансоффа (таблица 1).

Таблица 1 – Матрица Ансоффа для ОАО «Гомельский завод торгового машиностроения»

Товары	Рынки	
	существующие	новые
Существующие товары	Увеличение доли рынка механического оборудования, привлечение новых клиентов и конкурентов путем максимального приближения свойств продукции к требованиям заказчиков, снижение цен, улучшение качества продукции, развитие сервиса, совершенствование коммуникационной политики	Выход на рынки стран СНГ (Молдова, Армения, Киргизия), Средней Азии (Туркменистан, Таджикистан), стран дальнего зарубежья (Литва, Латвия, Эстония)
Новые товары	Производство механической кухонной утвари, производство оборудования для обработки фруктов и овощей, выпуск оборудования для производства хлеба и хлебобулочных изделий, освоение производства нестандартного оборудования	Строительство цеха по производству тары и упаковки
Примечание – Источник: собственная разработка автора на основе матрицы Ансоффа [1].		

Оценка стратегических альтернатив для ОАО «Гомельский завод торгового машиностроения» с точки зрения их приемлемости, рыночной целесообразности и коммерческой жизнеспособности позволяет сделать следующие выводы.

Стратегия диверсификации с точки зрения рыночной целесообразности является приемлемой, так как согласуется с рыночными тенденциями, однако уровень ее коммерческой жизнеспособности невелик по причине того, что организация может получить необходимый уровень прибыли, но по истечении продолжительного периода времени, что неприемлемо для ОАО «Гомельский завод торгового машиностроения». Также реализация данной стратегии требует больших инвестиций, являясь при этом достаточно рискованной.

В отличие от стратегии диверсификации, стратегия проникновения на рынок хоть и требует крупных инвестиций, но характеризуется невысоким уровнем риска. Кроме того, стратегия согласуется с практикой ведения дел в отрасли, способствует балансу портфеля организации, подразумевает улучшение свойств существующего товара, развитие сервиса с учетом вкусов потребителей. Однако с точки зрения коммерческой жизнеспособности данная стратегия мало приемлема, так как при ее реализации могут возникнуть проблемы, связанные с насыщением рынка товарами, производимыми ОАО «Гомельский завод торгового машиностроения», и число покупателей не может быть значительно увеличено.

По нашему мнению, наиболее жизнеспособны с коммерческой точки зрения стратегии развития рынка и развития товара.

В случае реализации стратегии развития рынка может быть получен значительный доход за счет удовлетворения спроса на новых ненасыщенных рынках, так как ОАО «Гомельский завод торгового машиностроения» имеет избыточные производственные мощности и может нарастить объем производства продукции в случае необходимости выхода на новые рынки сбыта. Реализация стратегии развития товара позволит организации получить дополнительную прибыль за счет наиболее полного удовлетворения требований существующих потребителей.

Обе стратегии соответствуют рыночным тенденциям, а также согласуются с принятой практикой ведения дел в отрасли. Однако стратегия развития рынка требует больших финансовых вложений, нежели стратегия развития товара, что в условиях деятельности ОАО «Гомельский завод торгового машиностроения» является решающим фактором, так как существует тенденция снижения прибыли организации. Среднегодовой темп снижения прибыли в 2006–2013 гг. составил 12,3% [2]. Кроме того, организация еще не исчерпала полностью возможности на тех рынках, которые были освоены ранее.

Оптимальность выбранной стратегии подтверждается результатами экспертной оценки возможных стратегий развития организации. В качестве экспертов выступили руководители и ведущие специалисты отдела сбыта и маркетинга, а также отдела материально-технического снабжения. Взвешенная оценка стратегических альтернатив представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Оценка стратегических альтернатив для ОАО «Гомельский завод торгового машиностроения»

Вариант	Номер эксперта и его оценка										Сумма рангов	Отклонение от суммы рангов	Квадрат отклонений
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
Стратегия проникновения на рынок	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	16	-9	81
Стратегия развития рынка	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	33	8	64
Стратегия развития товара	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	37	12	144
Стратегия диверсификации	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	14	-11	121
Итого											25	-	410

Примечание – Источник: собственная разработка автора.

На основании результатов экспертной оценки определим коэффициент конкордации (W) по формуле

$$W = \frac{12 \cdot S}{M^2 \cdot (N^3 - N)},$$

где S – сумма квадратов отклонений;

N – количество вариантов, шт.;

M – количество экспертов, чел.

Подставим значения в формулу и получим результат:

$$W = \frac{12 \cdot 410}{10^2 \cdot (4^3 - 4)} = 0,8.$$

Значение коэффициента конкордации свидетельствует о высокой степени согласованности мнений экспертов, что подтверждает обоснованность выбора стратегии развития товара.

Реализация данной стратегии требует крупных финансовых затрат, однако уровень ожидаемой финансовой отдачи также достаточно высок. При реализации стратегии существует умеренная, а в ряде случаев высокая степень риска, но вместе с тем финансовая отдача от проведенных мероприятий наступит через достаточно короткий период времени.

Список литературы

1. **Матрица** Ансоффа [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://marketopedia.ru/97-matrix-ansoffa.html>. – Дата доступа : 13.01.2014.

2. **Официальный сайт** ОАО «Гомельский завод торгового машиностроения» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.torg-mash.org>. – Дата доступа : 12.01.2014.

А. В. Жосан (enn89@ukr.net),
аспирант

А. И. Крепчук (alinka_malinka20.09@mail.ru),
студентка

*Херсонский национальный технический университет
г. Херсон, Украина*

АНАЛИЗ КОНЦЕПЦИЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье приводятся и анализируются мнения и точки зрения авторов основных концепций социальной ответственности предприятия, раскрываются главные недостатки каждой, а также указываются основные преимущества применения предприятием принципов социальной ответственности.

The opinions and the points of view of authors of the main concepts of social responsibility are presented and analysed, the main shortcomings of everyone are also opened in the article. The main advantages of application are specified by the enterprise of the principles of social responsibility.

С начала 60-х гг. XX в. общество стало ожидать от бизнеса намного больше, чем ранее. Современная общественная мысль основывается на том, что организации должны иметь не только экономические, но и социальные цели. Те организации, которые признали необходимость социальной деятельности, пытаются обеспечить себе долгосрочные гарантии получения прибыли. Эта тенденция стала закономерной реакцией на улучшение отношения общества к социально ответственным компаниям. Социальная ответственность способствует формированию позитивного делового имиджа компании в социуме. Коммерческие и производственные предприятия и организации могут и должны иметь так называемую социальную совесть. Им следует нести перед обществом ответственность уже потому, что рассматриваемые действия отвечают их собственным интересам.

Существует множество различных подходов к социальной ответственности предприятия, которые возникали по мере того, как общество осознавало новую роль бизнеса и его ожидания росли. Более того, критерии социальной ответственности предприятия трудно определить (за исключением законодательных обязанностей), потому что они являются условными: то, что является для одного действующего предприятия ответственным, другие могут воспринимать по-другому. Абсолютных стандартов социальной ответственности предприятия не существует, и они могут меняться с каждым поколением, каждым новым этапом развития общества, связанным с культурными особенностями, спецификой исторического развития региона, страны. Концепции социальной ответственности различаются в зависимости от национальных социально-экономических приоритетов, которые сами находятся под влиянием исторических и культурных факторов, а также от различных типов социальных действующих лиц, требующих реализации этих преимуществ. Выделяют несколько концепций социальной ответственности предприятий, что отражено в нижеследующей таблице.

Основные концепции социальной ответственности предприятия

Название концепции	Источник (автор)	Описание концепции	Недостатки концепции
Концепция экономической ответственности, 1962 г.	«Капитализм и свобода» М. Фридмана	Существует одна и только одна социальная ответственность делового мира – использовать свои ресурсы и заниматься деятельностью, направленной на увеличение прибыли, при условии, что она соблюдает правила игры, т. е. участвует в открытой свободной конкуренции без обмана и мошенничества [1]. М. Фридману особенно не нравится термин «социальная», который для него политически ассоциируется с социализмом	Социальная ответственность понималась только как экономическая ответственность предприятия для осуществления деловых операций и поддержания рентабельности
Концепция базовой бизнес-стратегии	«Зеленая книга»	Когда сами предприятия сталкиваются с вызовами изменяющейся среды в контексте глобализации, в частности внутреннего рынка, они все больше осознают, что социальная ответственность может иметь прямую экономическую ценность. Хотя основная обязанность предприятий заключается в создании прибыли, они могут в то же время способствовать достижению социальных и экологических целей, интегрируя социальную ответственность как стратегическую инвестицию в свою базовую бизнес-стратегию, управленческие инструменты и операции	Результат такой деятельности предприятия начнет приносить прибыль в долгосрочной перспективе. На первом же этапе в развитие социальной и экологической составляющих социальной ответственности следует вкладывать средства
Концепция обязанностей Кэрролла, 1996 г.	А. Кэрролл [2]	Деятельность предприятий следует оценивать не только по их экономическим успехам, но и неэкономическим критериям. Чтобы выполнить надлежащую корпоративную гражданскую роль, корпорация должна выполнять следующие обязанности: экономические, правовые, этические, филантропические	Нет четкого обоснования последовательности указанных обязанностей в пирамиде обязанностей Кэрролла
Концепция стейкхолдеров (заинтересованных сторон), 1984 г.	Э. Фримен [3]	Независимо от типа предприятия или организации существуют группы людей, влияющие на организацию или на которых влияет сама организация, и их можно рассматривать как таковых, что возлагает на организацию определенную ответственность. Эти группы лиц, которых называют «заинтересованными сторонами», включают работников, покупателей, акционеров, поставщиков, местное сообщество, а также государство и общество в целом. В бизнесе должна учитываться степень воздействия каждой из этих групп заинтересованных лиц	Не существует единого подхода к определению степени влияния на предприятие той или иной группы стейкхолдеров

Окончание

Название концепции	Источник (автор)	Описание концепции	Недостатки концепции
Концепция корпоративной подотчетности, 2006 г.	Сеть Глобально-го договора ООН	Предприятия определенным образом несут ответственность за последствия своих действий. Кроме того, что компании отвечают перед своими заинтересованными сторонами, они должны быть и подотчетными перед всем обществом. В настоящее время основным средством прогнозной подотчетности является создание отчетности о нефинансовой деятельности компании и контактах с заинтересованными сторонами. Чтобы транснациональные компании не использовали различия в национальном регулировании, следует предусмотреть подотчетность фирм по обязательным, в соответствии с международными стандартами, правилам с однообразными санкциями	Не существует закона об обязательности нефинансовой отчетности предприятий, поэтому отчитываются лишь единичные предприятия по собственному желанию
Добровольная концепция, 1990 г. и 2001 г.	Т. Бухольц, С. П. Роббинс и Д. А. Десензо	Концепция предусматривает обязательства фирмы, выполнение которых требует закон или экономика. При этом фирма стремится к достижению долгосрочных целей, которые являются полезными для общества [1]. Важно, чтобы организации оправдывали ожидания и выполняли моральные обязательства перед обществом	На первых этапах предприятия могут даже не получать прибыли, а работать, соблюдая баланс или даже «в минус»
Концепция проактивности, 1994 г.	Р. Гласберген	Социальная ответственность с точки зрения бизнеса является средством реагирования на вызовы устойчивого развития. Предприятия могут действовать «реактивным» (подход на основе реакции) или «проактивным» путем (стратегический подход), который систематически расширяет возможности управления для устойчивого развития. При подходе на основе реакции предприятия воспринимают изменения в развитии и поведении как риски, на которые следует реагировать специальными мерами. Они делают это, поскольку боятся, что игнорирование этих проблем может повредить их репутации, а в серьезных случаях даже лишит лицензии на деятельность или, как минимум, превратиться в упущенную (деловую) возможность [1]	Для наиболее эффективного применения этой стратегии требуются специалисты, которые хорошо разбираются во всех рисках и могут разработать реалистичные сценарии развития событий для предприятия при тех или иных условиях

Итак, избрание предприятием одной из приведенных концепций и включение ее в собственную стратегию развития позволяет начать процесс ведения социально ответственного бизнеса. Переход к новому стандарту ведения бизнеса может осуществляться различными способами: это реализация отдельных проектов, связанных с социальной ответственностью, или программы социальной ответственности, сочетающей несколько проектов, а также внедрение стратегии социальной ответственности во все основные процессы деятельности компании. Применение предприятием принципов социальной ответственности дает ему такие преимущества, как повышение конкурентоспособности бизнеса, укрепление нематериальных активов (создание брендов, мотивация работников, их лояльность), снижение рисков при продаже бизнеса, повышение стоимости бизнеса при выходе на международные рынки капитала.

Список литературы

1. **Соціальна** відповідальність бізнесу – розуміння та впровадження [Електронний ресурс]. – Режим доступа : http://www.un.org.ua/files/Concept_Paper.pdf.
2. **Carroll, A.** The Pyramid of Corporate Social Responsibility. Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders / A. Carroll // Business Horizons. – 2001.
3. **Freeman, R. E.** Strategic Management. A Stakeholder Approach / R. E. Freeman. – Boston : Pitman, 1984.

В. Л. Кузьменко (Viklkuz_20@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга

А. Я. Якимик (anuta_fire@mail.ru),
ассистент кафедры маркетинга

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА НА РЫНКЕ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье рассматриваются некоторые особенности развития маркетинга рынка труда в условиях инновационного развития государства. Маркетинг помогает увязывать в логичную последовательную систему такие составляющие, как рынок труда (микро- и макроуровень), рынок образовательных услуг и система управления кадровым потенциалом инновационной деятельности организации.

This article discusses some of the features of marketing development of the labor market in terms of innovative development of the country. Marketing helps link in logical sequence system components such as the labor market (micro- and macrolevel), the market for educational services and the human resources management system innovation organization.

Современный этап развития науки и техники, появление новых технологий привели к коренному изменению роли человека во всех отраслях деятельности народного хозяйства. Это объясняется тем, что в производстве товаров, особенно высокотехнологичных, стала возрастать роль знаний, интеллектуального уровня персонала, что в свою очередь обуславливает необходимость усиления внимания управленцев к качеству кадрового потенциала организации. В связи с этим особое значение приобретает маркетинг рынка труда как неотъемлемый и обязательный элемент управления человеческими ресурсами.

Ситуация на рынке труда формируется под влиянием общей экономико-социальной ситуации в стране и регионе с учетом разработанных разнообразных экономических программ. Непродуманная социальная и экономическая политика приводит к стихийным процессам на рынке труда.

Для успешного регулирования конъюнктуры спроса и предложения на рынке труда требуется комплексная система регулирования занятости. Поиск эффективных механизмов регулирования рыночных процессов, способствующих минимизации рисков в деятельности организаций, приводит к формированию новых направлений в управленческой деятельности. Маркетинг рынка труда может быть отдельной прикладной областью в экономической и управленческой деятельности организации на рынке труда и являться важнейшим составным элементом концепции внутриорганизационного (внутреннего) маркетинга, согласно которому ориентация на клиента – основа традиционного понимания маркетинга – дополняется ориентацией на «внутреннего потребителя», т. е. сотрудника.

Маркетинг рынка труда, или маркетинг персонала, – относительно новое понятие. В мировой практике управления человеческими ресурсами оно нашло свое применение в начале 90-х гг. прошлого столетия. В отечественной практике управления персоналом эта разновидность маркетинга до настоящего момента не получила должного распространения. Лишь немногие отечественные предприятия включают маркетинг персонала в состав задач, решаемых службами по работе с кадрами.

Значение маркетинга на рынке труда заключается в том, что люди так или иначе связаны с рынком труда. Маркетинг способствует улучшению регулирования процессов формирования и распределения (перераспределения) трудовых ресурсов, может значительно повлиять на воззрения людей и их образ жизни [1].

Роль маркетинга в системе управления рынком труда на различных уровнях определяется целями и задачами экономических субъектов рынка.

На общегосударственном уровне роль маркетинга заключается в ранней диагностике предотвращения будущих структурных дисбалансов в сфере занятости. В этом случае, безусловно, особую роль на рынке труда играет государство. Его функцией является регулирование рынка труда, т. е. организация процесса целенаправленного воздействия на условия использования рабочей силы через систему экономических, правовых, административных, организационных мер.

На региональном уровне роль маркетинга на рынке труда выражается в поддержании соответствия спроса и предложения рабочей силы в конкретных условиях территории.

На микроуровне (уровне предприятия) маркетинг осуществляется отделом кадров. Его задача – максимально эффективно с точки зрения работодателя использование рабочей силы [1].

На персональном уровне маркетинг осуществляется самими работниками с помощью или без помощи тех или иных инфраструктурных организаций. В этом случае речь идет о проведении самостоятельного исследования спроса на рынке, повышении качества своей рабочей силы, выработке умений себя преподнести (самопрезентация, самомаркетинг).

Таким образом, маркетинг содействует улучшению качества жизни всех участников рынка труда, а также выступает в роли механизма, взаимосвязывающего в логичную последовательную систему такие составляющие, как рынок труда (микро- и макроуровень), рынок образовательных услуг и систему управления кадровым потенциалом организации.

На современном этапе становления рыночных отношений в Беларуси в рамках реализации Государственной программы инновационного развития на 2011–2015 гг., целью которой является формирование новой технологической базы, обеспечивающей высокий уровень конкурентоспособности национальной экономики Республики Беларусь на внешних и внутренних рынках, вопросы формирования и развития факторов эффективной инновационной деятельности организаций являются основополагающими. Не вызывает сомнений тот факт, что только человеческий капитал как важнейший элемент национального богатства при росте научно-технических и технологических инноваций, и следовательно, производительности труда способен вывести страну на качественно новый уровень. Данные тенденции объясняют существенный рост требований со стороны инновационно ориентированных организаций к специалистам, владеющим методами, средствами и формами управления инновационными процессами.

В основе инновационного развития современной организации лежит творческий потенциал ее сотрудников. Творческий потенциал сотрудников – это необходимая базовая составляющая инновационной деятельности, а инновационный потенциал – совокупность ресурсов различных видов, включающая в себя материальные, финансовые, интеллектуальные, научно-технические и иные ресурсы, необходимые для осуществления инновационной деятельности. При этом важны все категории сотрудников, руководители, специалисты, рабочие, так как каждый из них может принести нечто новое, неординарное, способное сократить путь организации к намеченной цели.

Для успешной инновационной деятельности организации необходима эффективная система управления кадровым потенциалом, которая способна формировать, развивать и устойчиво воспроизводить инновационный кадровый потенциал, базирующийся на творческих способностях работников. Такой системой может быть маркетинг кадрового обеспечения, посредством которого исследуются и оцениваются факторы маркетинговой среды, а также обеспечиваются внутриорганизационные социально-психологические условия, необходимые для формирования, развития и воспроизводства инновационного кадрового потенциала.

Маркетинг кадрового обеспечения инновационной деятельности организации определяется как деятельность, направленная на удовлетворение потребностей организации путем формирования, стимулирования, координирования и интегрирования инновационного кадрового потенциала персонала в рамках реализации стратегических и тактических решений организации.

Товарная политика в комплексе маркетинга кадрового обеспечения реализуется посредством адаптации, формирования, накопления и совершенствования способностей к труду, являющихся ценностью для работодателей (обучение, подготовка и переподготовка специалиста за счет работодателя и т. д.).

Функция товародвижения находит отражение в распределении и перераспределении рабочей силы по каналам трудоустройства, а также в ее приеме, адаптации к условиям инновационной деятельности организации и увольнении. Движение рабочей силы может происходить как в рамках одного уровня рынка труда, так и в рамках всех уровней или их сочетаний [2].

Коммуникационная функция маркетинга кадрового обеспечения предполагает осуществление внешних и внутриорганизационных взаимодействий для удовлетворения потребностей в инновационном кадровом потенциале и формирования позитивного имиджа организации, т. е. предоставление информации о рынке труда, предлагаемой рабочей силе и имеющихся рабочих местах, ведение переговоров о найме – все те элементы коммуникаций, которые позволяют и способствуют налаживанию связей по обмену информацией, установлению взаимопонимания между субъектами рынка труда. С этой целью вполне логично использовать такие маркетинговые средства, как стимулирование сбыта, реклама, паблик рилейшнз, личная продажа.

Поскольку рынок труда представляет собой механизм, формируемый под влиянием множества политических, экономических и социальных факторов, а также сам оказывающий воздействие на них, все процессы, координируемые маркетингом на любом из уровней, являются взаимозависимыми и взаимосвязанными [2].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что маркетинг кадрового обеспечения может выступать эффективным управленческим механизмом формирования и воспроизводства инновационного кадрового потенциала организации, качество которого определяется, прежде всего, особыми инновационными способностями работников. Маркетинг кадрового обеспечения, формируя систему взаимодействия многоуровневого рынка труда и рынка образовательных услуг, способен стать эффективным механизмом, сглаживающим дисбаланс спроса и предложения инновационно ориентированной рабочей силы [2].

Сфера труда является важной и многоплановой областью экономической и социальной жизни общества. Она охватывает как рынок рабочей силы, так и ее непосредственное исследование в общественном производстве. Рынок труда отражает основные тенденции в динамике занятости, а также мобильность рабочей силы и уровень безработицы. Поэтому формирование и регулирование рынка труда – одна из ключевых и наиболее острых проблем рыночной экономики.

Список литературы

1. **Томилов, В. В.** Маркетинг рабочей силы / В. В. Томилов, Л. Н. Семеркова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.marketing.spb.ru/read/m6/2.htm>. – Дата доступа : 14.01.2014.
2. **Головчанская, Е. Э.** Маркетинговые аспекты формирования системы управления кадровым потенциалом инновационно ориентированных организаций: теоретический подход / Е. Э. Головчанская, С. Ю. Чеботкова // Экономика и упр. – 2012. – № 2. – С. 46–50.

В. Л. Кузьменко (Viklkuz_20@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга

В. В. Кузьменко (wkcomel@mail.ru),
ассистент кафедры отраслевых экономик

А. Я. Якимик (anuta_fire@mail.ru),
ассистент кафедры маркетинга

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

СЕТЕВАЯ РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ: ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ

На развитие сетевой розничной торговли значительное влияние оказали кардинальные и необратимые трансформации, произошедшие в розничной торговле. Характерной особенностью для сетевого бизнеса является использование современных маркетинговых подходов. Особую значимость приобретают брендинговая политика, внедрение программ лояльности, имидж торговой организации.

The significant influence on the development of retail network trade was made by fundamental and irreversible transformations that happened in the retail trade. The typical feature of the network business is the use of modern marketing approaches. Branding policy, introduction of the loyalty programs and image of trading organization gets the particular meaning.

В настоящее время торговая сфера становится одним из самых привлекательных направлений для внедрения инноваций. Новые технологии и другие инновации в розничной торговле оказываются интегрированным следствием целого ряда факторов, влияющих на развитие отрасли (социально-экономических, научно-технических и социально-демографических на уровне государства), а также результатом распространяющихся глобализационных процессов. Внедрение передовых технологий продажи и информирования покупателей, а также других новейших отраслевых технологических стандартов является важнейшим инновационным фактором развития торговли.

Сетевая торговля в странах бывшего советского союза начала формироваться в середине 90-х гг. прошлого столетия и связана с открытием в России таких магазинов, как «Перекресток», «Седьмой континент» и др. Однако в связи с тем, что количество торговых точек было небольшим, они не оказывали значительного влияния на развитие торговой сферы. Несмотря на это, после дефолта 1998 г. начали появляться новые форматы (дискаунтеры, супермаркеты, гипермаркеты), открывающиеся в торгово-развлекательных центрах. Количество магазинов в торговых сетях стало увеличиваться, что положительно отразилось на их развитии и влиянии на отраслевом рынке [1].

Данное изменение рынка подходит к одной из теорий развития торговли, а именно к теории «колеса розничной торговли», предложенной ученым Мальком Макнэром. Согласно данной теории, популярность торговых организаций проходит через определенный цикл. Как правило, новая компания появляется на рынке как оператор с довольно низким статусом, низкой маржей и низкими ценами. Однако определенное позиционирование и стратегия позволяют ей весьма успешно соперничать с крупными известными конкурентами. Спустя какое-то время компания-новичок добивается определенного успеха, приобретает большие производительные и усовершенствованные мощности. Осуществление необходимых для ее развития инвестиций ведет к увеличению операционных расходов индивидуального ритейлера, вынужденного повышать цены и операционную маржу. Таким образом, фирма становится слабо защищенной по отношению к новым участникам рынка и розничным торговцам с низкой маржей, конкурирующим или эволюционирующим по тому же паттерну.

Ярким примером указанной теории становится популярность дискаунтеров. Так, в начале XXI в. они были теми торговыми точками, где товары приобретала большая часть населения, не желающая или не имеющая возможности покупать товары на рынке. Прежде данные магазины, не предлагая широкого ассортимента услуг, компенсировали это низкой ценой. Однако последние исследования рынка свидетельствуют о неперспективности этого формата розничной торговли для России. Большинство покупателей предпочитают покупать товары в магазинах, предлагающих больший комфорт, широкий выбор и лучшее качество.

В настоящее время наиболее прибыльные магазины находятся в таких развлекательных центрах, где не только предлагается возможность совершения различных покупок (от продуктов и лекарств до игрушек и одежды), но и есть рестораны, кинотеатры или катки. Таким образом, все вышеизложенное подтверждает теорию «колеса розничной торговли» на практике. Большое значение в такой трансформации торговых сетей имеет стремление потребителей покупать товары, соответствующие их статусу, а также более высоких качественных и ценовых категорий. Данные тенденции усиливают потребность покупателей в более высоком уровне обслуживания. Это также становится подтверждением теории «колеса розничной торговли», согласно которой с повышением уровня потребления совершенствуются форматы магазинов.

Для отрасли сетевого бизнеса характерной особенностью является использование современных маркетинговых подходов в деятельности торговых организаций. Особую значимость приобретают брендинговая политика, внедрение соответствующих программ лояльности, формирование имиджа розничных торговых организаций.

Расширение масштабов конкуренции, стремление торговых организаций привлечь к продаваемым товарам потенциальных потребителей и необходимость удержания существующих покупателей значительно активизировали использование в предпринимательской деятельности брендов.

В последние годы данной проблеме уделяется серьезное внимание, так как зарубежные торговые организации активно используют концепцию брендинга и умело создают стойкие конкурентные преимущества своих торговых марок в сознании потребителей. Особую актуальность в сетевой торговле приобретают корпоративные бренды розничных организаций.

Использование брендинга дает организации три крупных преимущества: бренд создает естественные барьеры для новых конкурентов; существование бренда облегчает для организации вывод на рынок новых продуктов и позволяет занимать новые ниши рынка; бренд дает организации дополнительное время в том случае, если появляется угроза рынку.

Таким образом, настоящие бренды направлены на установление предпочтений у покупателя. Их цель – снискать хорошую репутацию. Поэтому будущее розничных организаций видится в создании сильных брендов. Ведь только бренд обеспечивает приверженность покупателей, а значит, стабильность. Хорошо проработанная стратегия бренда позволяет достичь цели при минимальных затратах усилий и средств.

Немаловажное значение в развитии сетевой торговли уделяется программам лояльности. Программа лояльности представляет собой комплекс мер, направленных на поощрение клиентов с целью привлечения новых клиентов и установления долгосрочных отношений с лояльно настроенными потребителями. Важно помнить, что есть просто клиенты и есть стратегически важные клиенты, и удерживать стоит не всех клиентов, а только тех, кто приносит прибыль, т. е. выгодных клиентов. Выгодными являются клиенты с высоким уровнем лояльности, который, в свою очередь, обусловлен социально-демографическими и психографическими характеристиками [2].

Ключевым фактором конкурентного преимущества торговой организации на рынке сетевого бизнеса в настоящее время становится имидж.

Имидж информативен, он сообщает о некоторой совокупности признаков, присущих самому объекту. Причем эти признаки могут существовать объективно или произвольно относиться к объекту создателями имиджа.

Важной особенностью имиджа является его активность. Он «способен воздействовать» на сознание, эмоции, деятельность и поступки как отдельных людей, так и целых групп населения. Как следствие, люди отдадут предпочтение тем или иным товарам, фирмам, банкам или политическим партиям [3].

Также имидж может служить основой для доверия и фактором, облегчающим выбор. Но это не единственная функция имиджа. Использование имиджа в качестве социального влияния возможно только при определенных условиях, которым он должен соответствовать.

Одной из важнейших характеристик имиджа является его функциональность. Целью создания или улучшения имиджа торговой организации становится то, что при его помощи можно достичь определенных результатов, т. е. более эффективно решить какие-то задачи, сделать более успешной то или иное направление ее деятельности.

В мировой практике различают благоприятный и нейтральный имиджи фирмы. Руководители торговых предприятий в большинстве случаев хотят, чтобы создавался благоприятный, положительный имидж, который вызывает положительные эмоции у потребителей, запоминается, побуждает приобретать продукцию торгового предприятия.

Однако мировой опыт свидетельствует о том, что формирование благоприятного имиджа торговой организации не всегда оправдывает ожидания руководства и понесенные затраты, так как весьма трудно создать универсальный имидж, который считался бы благоприятным для всех потребительских групп, взаимодействующих с организацией. Следовательно, предпочтительнее формировать нейтральный имидж организации. Данный имидж открыт, он позволяет всем потребительским группам вписаться в позитивные отношения с организацией, и его преимущество состоит в том, что человеку не навязывается отношение к фирме [2].

Важнейшей особенностью имиджа торговых организаций является необходимость единства внутреннего и внешнего имиджа организации. Индивидуальный имидж, ориентированный на восприятие, будет при всех прочих равных условиях тем эффективнее, чем прочнее он опирается на самооощение индивида. Образ организации у внешних респондентов является более устойчивым, более точно сопоставляется, если ассоциируется с данной организацией и ее рядовыми членами. Внутренний имидж организации опирается на ее корпоративную культуру и не отражает ее основные характеристики. Если провести аналогию между индивидуальным и корпоративным имиджами, то корпоративная культура выступит в качестве аналога объективных личностных характеристик субъекта, внутренний имидж – как аналог его самооощения, а внешний имидж – как имидж, создаваемый индивидом с ориентацией на восприятие окружающими.

Таким образом, с появлением новых тенденций в теории и практике маркетинга открываются большие возможности для отечественных сетевых ритейлеров. Использование современных технологий будет способствовать совершенствованию управления, интеграции деятельности маркетологов, менеджеров и других сотрудников для достижения поставленных целей организации.

Список литературы

1. **Фонарева, Г. С.** Состояние розничной торговли России и перспективы ее дальнейшего развития / Г. С. Фонарева. – М. : Центр стратегической информации, 2003. – 225 с.
2. **Дымщиц, М.** Потребительская лояльность : учеб. / М. Дымщиц. – М. : Вершина, 2007. – 200 с.
3. **Перельгина, Е. Б.** Психология имиджа : учеб. / Е. Б. Перельгина. – М. : Аспект-Пресс, 2002. – 215 с.

СУЩНОСТЬ МОДЕЛИ ВЫБОРА АТРИБУТОВ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ТОВАРОВ

Охарактеризована роль модели выбора атрибутов при позиционировании товаров. Представлены этапы реализации модели и возможные результаты ее использования предприятиями.

Characterized the role of the selection model attributes when positioning products. Stages of implementation of the model and the possible results of its use by enterprises.

В современных условиях многие предприятия вынуждены постоянно решать вопросы, связанные с повышением эффективности своей деятельности, что имеет огромное значение, поскольку при этом создаются предпосылки для роста конкурентоспособности выпускаемой ими продукции. Однако на фоне усиливающейся конкуренции традиционных мер (снижение себестоимости, повышение качества товаров) недостаточно. Вместе с тем конкурентный характер рыночной среды определяет характер взаимодействий с потребителями, степень их приверженности, лояльности и доверия, от чего и будут зависеть конечные результаты деятельности предприятия. В этой связи особую актуальность приобретает позиционирование продукции, которое позволит сформировать устойчивые конкурентные преимущества и имидж предприятия, а также повысить эффективность других функциональных видов деятельности, например, коммуникативной, товарной политики и т. д.

В общем виде позиционирование предполагает определение устойчивой позиции товара, отличной от конкурентов, а также формирование ее восприятия потребителями и реализацию при помощи соответствующих элементов комплекса маркетинга. Однако в реальности существуют сложности решения данных задач, поскольку недостаточно инструментов для их практического использования предприятиями.

Следует отметить, что при отсутствии единого мнения о сути позиционирования товаров можно выделить следующие аспекты, объединяющие взгляды большинства авторов:

- поиск отличий товара, выделяющих его среди товаров конкурентов, или отличительных конкурентных преимуществ;
- необходимость использования сегментирования;
- реализация позиционирования при помощи комплекса маркетинга;
- использование позиционирования в процессе управления маркетингом на предприятиях.

Таким образом, для реализации на практике позиционирования товаров возникает необходимость разработки инструментов, которые позволили бы его осуществлять более эффективно.

Одним из таких инструментов выступает модель выбора атрибутов позиционирования товаров на рынке. Ее роль определяется тем, что она позволит выявлять атрибуты, характерные для продукта, ориентируясь на которые, потребитель определяет его ценность и затем принимает решение о покупке.

В маркетинге под атрибутом понимается существенное и неотъемлемое свойство продукта [1, с. 16]. Соответственно, конкретный набор атрибутов (или свойств) продукта определяет его ценность для потребителей. В этой связи большое значение будет иметь способность предприятия создавать наборы атрибутов во взаимосвязи с характеристиками и требованиями потребителей. Однако кроме предпочтений потребителей необходимо учитывать и действия конкурентов в этой области, поскольку их игнорирование может привести к неэффективным продажам. Зачастую конкурентная борьба разворачивается на основе предоставления потребителям похожего набора свойств. В этой связи очевидным становится определение такого набора атрибутов продукта, который бы отличался от набора конкурентов и формировал ценность для потребителя (тем самым создается основа для получения конкурентного преимущества предприятием и повышения эффективности сбыта).

В общем виде модель выбора атрибутов позиционирования может быть представлена в виде схемы. Причем в зависимости от продукта, который позиционируется (например, выпускаемый или новый продукт), модель может изменяться. В целом она включает следующие этапы:

1. Определение набора атрибутов выпускаемого продукта из реально существующих.

На данном этапе имеет смысл определять атрибуты на основе их классификации по составляющим продукта. Так, можно выделить:

- атрибуты собственно товара (материал, масса, цвет, размер, внешний вид, силуэт, запах, вкус, конструкция, наличие дефектов), которые, как правило, характеризуют качество продукта;
- рыночные атрибуты (цена, конкурентоспособность, широта выбора, удобство транспортировки, привлекательность);
- атрибуты потребления (прочность, простота ухода, срок замены).

2. Проведение маркетинговых исследований по выявлению значимости для потребителей присущих продукту атрибутов.

При проведении исследований необходимо сочетать количественные и качественные методы. Совокупность методов зависит от различных факторов (вид товара по назначению, тип потребителя, возможности предприятия и др.). По итогам проведенного исследования при помощи соответствующих методов необходимо выявить наиболее значимые для потребителей атрибуты с точки зрения формирования ценности продукта, а также уровень этих атрибутов, характеризующих так называемый идеальный товар.

3. Проведение исследований и оценка позиционирования продуктов конкурентов.

На данном этапе изучаются товары конкурентов по выявленным атрибутам второго этапа и при помощи системы показателей осуществляется оценка позиции их продуктов. Имеет смысл здесь также определить сильные и слабые стороны позиций продуктов конкурентов.

4. Определение альтернативных наборов атрибутов продукта для разработки позиционирования.

В итоге исследований сравниваются и определяются атрибуты продукта или их наборы, которые будут соответствовать критериям эффективного позиционирования (например, отличные от конкурентов, реальные), возможности их совершенствования и т. п.

5. Оценка ресурсных возможностей реализации альтернативных вариантов позиционирования продукта.

На данном этапе необходимо сравнить уровень атрибутов или их наборов, подходящих для эффективного позиционирования, с их реальным уровнем, присущим выпускаемому продукту. При необходимости совершенствования продукта определяются мероприятия и величина затрат на их реализацию, а также иные возможности предприятия.

6. Окончательный выбор набора атрибутов продукта для его позиционирования.

По итогам пятого этапа с учетом реальных возможностей определяются атрибуты (или их набор), которые будут использоваться для позиционирования продукта. Если предприятие работает в различных сегментах рынка, то каждому из них будут соответствовать определенные наборы атрибутов.

Следует отметить, что модель выбора атрибутов позиционирования товаров будет корректироваться в связи с изменением рыночных условий. Поэтому в целях адаптации данной модели необходимо разработать инструменты, которые смогут позволить отслеживать и оценивать происходящие изменения. Адаптированная модель выбора атрибутов будет создавать основу для реализации репозиционирования продукта.

Модель выбора атрибутов продукта позволит определить базу для создания конкурентных преимуществ предприятия при помощи дифференциации предложения. Так, владение свойством или атрибутом, по мнению Дж. Траута, является одним из способов дифференциации, которая выступает в свою очередь способом формирования конкурентных преимуществ [2, с. 11].

Данная модель представлена в общем виде. Она требует определения и разработки инструментов, которые позволили бы охарактеризовать особенности формирования основы для стратегии позиционирования продуктов.

Список литературы

1. **Голубков, Е. П.** Маркетинг : слов.-справ. / Е. П. Голубков. – 2-е изд. – М. : Дело, 2001. – 440 с.
2. **Траут, Дж.** Дифференцируйся или умирай! / Дж. Траут, С. Ривкин. – 2-е изд., перераб. и доп. – СПб. : Питер, 2010. – 302 с.

Г. Г. Савина,
д-р экон. наук, профессор, профессор
кафедры менеджмента и маркетинга

Е. А. Швец (didactylus@rambler.ru),
аспирант

*Херсонский национальный технический университет
г. Херсон, Украина*

СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА В ЭРУ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В эру активного развития информационных технологий способен выжить тот бренд, который будет ближе к потребителю. Предприятию необходимо выработать стратегию по продвижению бренда так, чтобы позиция бренда соответствовала ценностям потребителя. Для того чтобы быть успешным, бренд должен постоянно развиваться, вызывать у потребителей чувства уверенности, доверия и гарантировать комфорт.

During an era of active development of information technologies only brands that are closer to the consumer will be capable to survive. The enterprise needs to develop strategy on brand advance so that the position of a brand corresponded to values of the consumer. In order that be successful the brand has to develop, to raise and provide constantly consumers with feeling of confidence, trust, comfort.

Бурное развитие социальных сетей, рост цифровых коммуникаций, появление новых форматов общения и новых моделей потребления в настоящее время являются главным фокусом внимания рекламодателей. Многомиллионная аудитория Интернета развивает новые форматы общения, и организации, позиционирующие крупнейшие бренды, идут в информационную сеть за своими потребителями.

По мнению исследователей, брендам в наши дни необходимо переключить внимание с потребностей на желания покупателей и реализовывать эмоциональные устремления потребителей значительно в большей степени [1].

Современные информационные технологии меняют нашу жизнь, влияют на жизнь каждого потребителя. Новые способы общения, получения и распространения информации, сеть «Интернет», новые развлечения и дизайн играют огромную роль в жизни молодого поколения. Поэтому сейчас действительно культовыми становятся бренды, которые не только реагируют на изменяющиеся условия, но и сами создают новые тренды.

Информационные технологии обеспечивают огромные возможности для получения разнообразной информации о потребителях, предоставления новых сервисов, вовлечения в общение, создания мобильных приложений, видеоигр и интерактивных сервисов.

В современном брендинге на первое место выходят идентичность, индивидуальность, сущность и обещание. Такие изменения происходят благодаря развитию технологий и связи между брендом и потребителями. Технологическое влияние на рынки, потребительское поведение и взаимодействие предприятия с потребителями очень высоко.

Причиной снижения стоимости бренда некоторых предприятий является не финансовая составляющая, а принципиальное изменение подходов к получению и восприятию информации. Средства информации становятся более фрагментированными. Люди стали больше времени тратить на пользование Интернетом, что привело к меньшему обращению к традиционным медиасредствам, тем более, что они никогда ранее не были так разнообразны благодаря кабельным и спутниковым возможностям [2].

Главные тенденции современности – мобильный Интернет, социальные медиа, игровая форма рекламы, трансляция событий в режиме реального времени – стремительно меняют привычное медиапространство для бизнеса, правительств, традиционных средств массовой информации и рекламных технологий. Чем больше персонализируется подход к потребителям, выбирающим товары или делающим покупки онлайн, тем активнее потребители начинают заново оценивать людей, организации и информацию, с которыми они взаимодействуют.

Онлайн-потребители ищут информацию и общаются не так, как обычные покупатели. Чтобы связаться с ними, компании должны правильно определиться с задачами, тенденциями развития, интересами и собственной точкой зрения по актуальным вопросам. Чтобы работать в этой среде, предпринимателям нужно постоянно изучать и тестировать воздействие новых технологий на поведение потребителей и понимать процесс принятия ими решений.

Первоначальные стадии разработки и планирования продвижения бренда являются критичными и часто становятся причиной как ошеломительного успеха, так и оглушительного провала.

Особенностью продвижения бренда является его целостность, т. е. все этапы продвижения должны быть логически связаны и органично продолжаться друг друга. Спонсирования одного яркого события недостаточно. Бренд получит одноразовое освещение в прессе, кратковременный рост продаж. Целью стратегии продвижения бренда должна являться интеграция духа бренда и целевой аудитории продукта, предлагаемого под этим брендом. Для того чтобы впечатление от бренда формировалось в нужном для предприятия направлении, необходимо прикладывать значительные усилия, выстраивая коммуникации с рынком.

Стратегия предприятия по продвижению бренда в сети «Интернет» имеет свои особенности. Могут использоваться самые разные способы: промоакции, реклама сайтов, спонсорство и даже открытие множества фирменных центров.

При этом, чтобы привлечь клиентов и заслужить их лояльность, стратегию продвижения бренда предприятиям необходимо основывать на следующих аспектах:

- анализе ожидания целевого онлайн-потребителя;
- четком позиционировании ценностей и целей бренда для привлечения и мотивации потребителя;
- разработке идентичности бренда с учетом особенностей цифровых технологий для формирования индивидуальности бренда;
- определении цен, полезного контента, торговых точек (виртуальных и физических) и программ вовлечения;
- анализе конкурентов в информационной среде;
- определении миссии с учетом потребительской реакции;
- формировании положительного потребительского отношения;
- создании гибкой модели исходя из нужд и интересов потребителей.

Стратегия продвижения бренда должна включать комплекс мероприятий, при помощи которых можно повысить осведомленность целевой аудитории о бренде, вызвать интерес к нему и желание совершить пробную покупку, что при обязательном подтверждении обещания бренда постепенно перерастет в доверие и лояльность к нему.

У предприятия есть возможность стать успешным в новых информационных каналах и сетях, формируя влиятельные медийные сообщества. Но для этого потребуются стабильное наращивание ценностей, которые пользователь сможет оценить только со временем.

Список литературы

1. **Капферер, Ж.-Н.** Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда / Ж.-Н. Капферер ; пер. с англ. Е. В. Виноградовой ; под. общ. ред. В. Н. Домнина. – М. : Вершина, 2007.

2. **Росситер, Дж.** Реклама и продвижение товаров : [пер. с англ.] / Дж. Росситер, Л. Перси ; под ред. Л. А. Волковой. – СПб. : Питер, 2000.

И. П. Трусевич (innatrusevich@gmail.com),
аспирант

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

КАДРОВЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

В статье предложена модель подготовки кадрового потенциала для развития внешнеторговых отношений Республики Беларусь, рассмотрено понятие «экспериментальное обучение».

Суть модели заключается в проведении экспериментального обучения для студентов, выявлении содержания их личного жизненного проекта, т. е. того, чем молодому человеку нравится заниматься. Целевой группе, желающей заниматься развитием внешнеторговых отношений, предполагается предоставить возможность продолжить экспериментальное обучение, проектное обучение и обучение действием в центре развития экспорта.

In article the model of preparation of personnel potential for development of the foreign trade relations of Republic of Belarus is offered, new terminology – “experimental training” is offered.

The essence of model consists in carrying out experimental training for students, essence identification at them their personal vital project, it is mean than the young man likes to be engaged. To the target group, wishing to be involved in development of the foreign trade relations to give opportunity to continue “experimental training”, “design training” and “training by action” in the Center of development of export.

В условиях глобализации экономик и интеграции стран развитие внешнеторговых отношений играет главенствующую роль.

В Республике Беларусь внешнеторговая политика строится на основе сочетания принципов свободной торговли и протекционизма, что позволяет реализовать стратегию формирования экспортоориентированного и импортозамещающего производства, и осуществляется в целях создания благоприятных условий для резидентов Республики Беларусь – участников внешнеторговой деятельности, производителей и потребителей товаров, заказчиков и исполнителей услуг.

Проблематика развития и формирования внешнеторговых отношений рассмотрена и разработана в ряде научных трудов. Так, классические теоретические аспекты данного вопроса освещены в работах А. Смита, Д. Рикардо, Т. Менна. Следует отметить вклад в развитие теории внешнеторговых отношений таких белорусских ученых, как В. Н. Шимов, А. В. Бондарь, В. Н. Ермашкевич, С. Н. Князев, Г. А. Шмарловский, а также российских авторов, таких как Е. Н. Смирнов, Е. Ф. Прокушев, Н. А. Волгина и др.

Для эффективного ведения импортно-экспортных операций предприятиям необходимы высококвалифицированные кадры. Человеческий капитал составляет часть капитала предприятия. На рынке труда востребованы такие качества, как воображение, интеллект, самоотдача, умение ладить с людьми и способность быть гибким. Этот набор умений можно отнести к «живому знанию». Такие «живые знания» формируются в центре бизнес-образования (ЦБО) Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации.

ЦБО – это научно-практическая школа, деятельность которой направлена на получение наряду с высшим образованием дополнительного образования студентов и развитие у них деловых и лидерских качеств.

Центр бизнес-образования – это сообщество молодежи, которое пересматривает свои взгляды на жизнь и ведение бизнеса с целью достижения своих целей.

ЦБО позволяет молодым людям найти себя и свою нишу в бизнесе, т. е. то дело, которое не только было бы любимым, но и приносило бы доход. В ЦБО участники в позитивной и дружной атмосфере постигают навыки ведения деловых переговоров, ведения бизнеса, делают шаги по карьерной лестнице. Начинающие предприниматели делятся опытом создания бизнеса «с нуля», проходят обучение с опытными наставниками и становятся успешными бизнесменами. На бизнес-тренингах каждый находит для себя что-то новое и интересное, что делает его жизнь лучше.

В центре бизнес-образования реализуются студенческие и международные проекты, проводятся различные мероприятия (экскурсии на предприятия, встречи с предпринимателями), организуются практические тренинги и конкурсы. Студенты, участвуя в них, получают свой первый практический опыт, проявляют себя, знакомятся с бизнесом, основами ведения внешнеторговых отношений.

По завершении обучения в ЦБО студентам оказывается содействие в поиске базы практики, помощь в трудоустройстве как во время обучения в университете, так и после его окончания.

Для эффективного формирования внешнеторговых отношений страны, успешной работы предприятий необходимы не только специальные знания кадров, но и культурный багаж, приобретенный ими в свободное от работы время (знания, почерпнутые из видеолекций, мастер-классов, тренингов и ворк-шопов). Мероприятия, проводимые в ЦБО, способствуют самообразованию молодежи, развитию воображения, что также необходимо, чтобы хорошо трудоустроиться или открыть свое дело.

Когда молодой человек трудоустроен, то образование, необходимое для повышения профессиональных компетенций, должно оплачиваться не государством, а работодателем. Именно такая модель успешно реализуется в западных компаниях и кажется нам верной.

В центре бизнес-образования выработана система обучения, основанная на саморегуляции, когда молодежь объединяется в сообщества по сферам деятельности или интересам. Одной из форм обучения этой системы является проектная деятельность. Участники проекта реализуют одну цель, помогая друг другу и тем самым обучая друг друга. Таким образом происходит «обучение действием». Еще одной действенной формой обучения является участие студенче-

ских команд в международном чемпионате «Молодежь в предпринимательстве», который проводится в рамках Программы поддержки малого и среднего предпринимательства Гомельской области на 2013–2015 гг.

Одной из форм работы ЦБО являются тренинги. «Живые знания» у молодежи формируются на практическом курсе тренингов «Управление личной эффективностью», где рассматриваются вопросы целеполагания, управления своим личным временем, отрабатываются приемы ораторского мастерства и др. По окончании тренингов выдаются сертификаты государственного образца.

Прохождение практических курсов тренингов позволяет выбирать направления дополнительного образования. В настоящее время выбор человеком дополнительного образования основан исключительно на его внутренней мотивации, потребности в самореализации (по учению А. Маслоу). Так выполняется часть личного жизненного проекта и получают бонусы, не измеряемые уровнем заработной платы. Таким образом, подготовка кадров для работы в сфере внешнеторговых отношений должна строиться на основе личного жизненного проекта человека, т. е. человек должен любить свое дело. В ЦБО предоставляются различные возможности обучающимся найти свое любимое дело, что является трудной жизненной задачей. После работы в ЦБО студенты знают, чем бы они хотели заниматься. Это происходит потому, что у них есть возможность попробовать себя в различных направлениях и сферах деятельности. Мы предлагаем называть это экспериментальным обучением. Если трудоустройство будет успешным, т. е. деятельность в компании будет совпадать с интересами личного жизненного проекта, то эффективность такого работника для предприятия будет большой, а его вклад – неопределимым.

Экспериментальное обучение выявляет у студентов наличие хороших способностей и скрытых резервов мыслительной деятельности. Большое внимание уделяется связи учебного процесса с личными интересами и мотивами студентов по отношению к занятиям, причем интересы и мотивы широко индивидуализируются.

В свете экспериментального обучения студентов для получения ими знаний, опыта, умений в ЦБО Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации проводятся такие мероприятия, как молодежный конкурс «StartUp-Кооперация», международный чемпионат «Молодежь в предпринимательстве» (МП-чемпионат). В 2013/2014 учебном году организатором мероприятий выступает Совет молодых ученых университета. Студенты готовят презентации проектов для потенциальных инвесторов, претендуя на денежный приз. У них появляется возможность реализовать свою идею или трудоустроиться с полной либо частичной занятостью, найти базу практики. Студенты изобретают, инвесторы находят удачные проекты, а государство подготавливает образовательную инфраструктуру для новых достижений.

МП-чемпионат – это площадка, где встречаются активная молодежь, умеющая продемонстрировать свои профессиональные качества, и бизнес-сообщество (бизнесмены, инвесторы, руководители предприятий, кадровые работники, предприниматели) с целью привлечения лучших профессионалов для своего бизнеса, поиска новых интересных идей для развития бизнеса. В рамках МП-чемпионата планируется проведение ярмарки вакансий, на которой работодатели будут проводить собеседование с соискателями на трудоустройство.

Участие в таких мероприятиях способствует формированию активной жизненной позиции, получению первого практического опыта и самореализации, развитию умений, необходимых для достижения своей мечты, поиску единомышленников и новых друзей. Взаимодействие с опытными лидерами делового мира открывает новые возможности.

В целях формирования кадрового потенциала для работы в сфере внешнеторговых отношений нами предлагается внедрение новой программы «Экспортер». В рамках нее студенты, которые планируют работать в данной сфере, смогут проходить экспериментальное обучение. Его цель состоит в практическом участии обучающихся во внешнеэкономической деятельности, в продвижении продукции на зарубежные рынки, деловых мероприятиях (организация переговоров, деловых миссий, конкурсов), обучении, мастер-классах, семинарах и тренингах. В частности, предлагается организовать практический курс тренингов «Внешнеэкономическая деятельность предприятия: организация и регулирование».

Также предлагается создать центр поддержки экспортеров, в котором будут работать студенты, получая экспериментальное обучение. Здесь планируется формировать общеэкономическую и внешнеэкономическую информацию о Гомельской области, вести реестр экспортеров, изучать инвестиционный климат Гомельской области, оказывать помощь малому бизнесу, а также средним предприятиям в поиске зарубежных партнеров в странах Евросоюза и в выходе на иностранные рынки.

Центр поддержки экспортеров будет входить в структуру ЦБО. Основной его целью станет помощь предпринимателям-экспортерам Гомельской области в выходе на иностранный рынок.

Созданный центр будет оказывать ряд услуг: помощь в проведении оценки экспортного потенциала компании; консультации в области бухгалтерского учета при ведении внешнеэкономической деятельности; помощь в подготовке и переводе внешнеэкономических контрактов; подготовка и распространение за рубежом информационных, аналитических и презентационных материалов для предпринимателей Гомельской области; организация и проведение переговоров с иностранными инвесторами и потенциальными партнерами; информирование и подготовка к участию в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях; консультации по субсидиям для экспортеров.

Таким образом, для формирования внешнеторговых отношений необходим кадровый потенциал. Для эффективного ведения любой деятельности, в том числе экспортно-импортных отношений, работа должна строиться на основе личного жизненного проекта человека. Нами предлагается экспериментальное обучение для выявления среди студенческой аудитории желающих заниматься внешнеторговой деятельностью. Студенты будут строить свою карьеру, развивая внешнеторговые отношения Республики Беларусь.

Е. В. Трухачева (truhachiova@mail.ru),

ст. преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга

С. В. Шкатов (Beheaded20101@rambler.ru),
студент

*Херсонский национальный технический университет
г. Херсон, Украина*

ФОРМИРОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТИВНЫХ РАБОЧИХ ГРУПП НА ПРЕДПРИЯТИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

В статье рассмотрено поведение членов коллектива. Концептуально такое поведение представлено в виде «двустороннего взаимодействия» в цепочке обеспечения результативности хозяйственной деятельности предприятия гостеприимства. Кроме того, был рассмотрен один из распространенных инструментов формирования рабочих групп – социограмма, определены ее недостатки. Предложен такой относительно новый инструмент изучения индивидуальных личностных характеристик сотрудников предприятия, как соционика.

The article was the behavior of team members. Conceptually this behavior is present in the form of “bilateral cooperation” in the chain to ensure performance of business enterprises hospitality. In addition, consider one of the common tools of forming working groups – sociogram, identified, its weaknesses. This article proposes a relatively new learning tool on individual personality characteristics of the company’s employees as sociomics.

Результативная хозяйственная деятельность предприятия в целом, а также удовлетворенность потребителей гостиничных услуг зависит от слаженной работы всего коллектива и поведения персонала (умения вовремя, незаметно для самого гостя и качественно выполнить любые его просьбы).

Правомерным будет утверждение, что гордостью любого предприятия гостеприимства является персонал, который может производить положительное впечатление на гостей уровнем знаний, гибкостью общения, профессиональными навыками, скоростью и качеством обслуживания. Поведение персонала любого предприятия зависит от многих факторов: экономических, социально-психологических, социальной зрелости, мировоззрения, творческого потенциала, стиля руководства, психологического климата в коллективе и др.

Весь персонал предприятия объединен в определенные группы, которые взаимодействуют между собой. Под группой (коллективом) понимают два или более лиц, которые имеют общую цель и для ее достижения взаимодействуют между собой таким образом, что каждое лицо оказывает влияние на других и одновременно находится под их влиянием [1]. Поэтому формирование коллектива, способного результативно решать поставленные перед ним целевые установки, является залогом получения положительных результатов деятельности и результативного хозяйствования предприятия.

Концептуально поведение каждого из членов коллектива на предприятии можно рассматривать в виде «двустороннего взаимодействия»: с позиции взаимодействия человека с организационным окружением, где человек рассматривается как исключительно важный ресурс, и с по-

зиции организации, которая рассматривает человека как один из видов ресурсов, имеющих для организации равноценное значение [2]. В первом случае все элементы внутриорганизационной среды (цели, структура, процессы, техника и т. п.) взаимодействуют с человеком, выступая при этом определенными стимулирующими факторами его результатов труда. Вторая сторона такого взаимодействия рассматривает человека как трудовой ресурс, один из равноценных составляющих организации, который взаимодействует с другими (материальными, финансовыми, техническими) ресурсами и внешней средой (клиентами), выступая при этом фактором получения определенных результатов деятельности предприятия.

Упомянутое «двустороннее взаимодействие» направлено на повышение качества предоставляемых услуг, удовлетворенность клиентов, а также ведет к увеличению доходов, объема предоставленных услуг, согласованному использованию ресурсов, снижению затрат. Такое влияние можно проследить с помощью цепочки обеспечения результативности хозяйственной деятельности предприятия, представленной на рисунке.

Цепочка обеспечения результативности хозяйственной деятельности предприятия гостеприимства



Примечание – Источник: разработка автора.

Увеличение доходов достигается благодаря лояльности клиента, что, в свою очередь, ведет к росту числа клиентов предприятия.

Польза от лояльности клиента возрастает с повышением его удовлетворенности. Такая польза определяется физическим объемом сбыта и повышенной ценой на услуги, которую согласен платить потребитель, довольный новым качеством обслуживания. Удовлетворенность клиента проявляется в повторных и частых покупках, в решениях приобрести услуги, которыми он раньше не пользовался.

Снижение затрат является результатом усовершенствования производственного процесса, согласованного использования ресурсов. Наличие сдерживающих факторов обуславливает существенное уменьшение возможности того, что вся совокупность связей в приведенной цепочке будет носить явно выраженный линейный характер.

Поэтому возникает необходимость формирования согласованно действующего коллектива предприятия, в основе которого лежат общие интересы, идеалы, принципы, сходство характеров и практическое взаимодействие людей в процессе достижения общей цели. Результативность рабочей группы зависит, прежде всего, от качества и степени взаимовлияния, взаимоотношений ее членов, четкого представления об ответственности за результаты. Следовательно, при формировании результативной рабочей группы необходимо учитывать интертипные отношения каждого индивида с другими членами коллектива.

Одним из распространенных инструментов формирования рабочих групп является социограмма – схематическое изображение реакций исследуемых работников, выраженных ими друг к другу при ответе на социометрический критерий.

Социометрический метод позволяет решить две важные задачи:

- исследовать межличностные и межгрупповые отношения с целью их улучшения и усовершенствования;
- изучить строение малых групп.

Количественными характеристиками межличностных отношений являются социометрические индексы (коэффициенты), подразделяющиеся на индивидуальные и групповые.

Анализ величины различных социометрических индексов дает представление о структуре малой социальной группы.

Однако при использовании социометрического метода могут возникать определенные проблемы (образование неравноценных по своим возможностям групп, возникновение осложнений в распределении новых работников в группе).

Таким образом, задача формирования результативных рабочих групп с учетом индивидуальных личностных характеристик сотрудников предприятия требует применения относительно нового инструмента – соционики.

Соционика позволяет диагностировать психотипы сотрудников, их совместимость и возможность взаимной согласованной работы; мотивировать персонал именно тем, что его реально стимулирует; создавать эффективные рабочие группы, зная особенности взаимоотношений различных типов; добиваться от людей максимума, сочетая интересы компании с вектором внутреннего развития сотрудника; определять перспективу и реальный кадровый резерв компании; сделать отношения в коллективе более комфортными.

Соционика оперирует 16 основными типами человеческой личности, отражающими различные способы обработки информации средствами нормальной психики. Каждому из типов присущи своя модель обработки информации, определенное сочетание установок психики и соответствующая система отношений с другими людьми. Каждой формуле из 16 типов дан псевдоним по имени исторического лица или известного литературного героя, и все они распределены по четырем группам [3]:

- представители производственно-технологического стиля, которые ориентированы на личный успех («Жуков», «Штирлиц», «Максим», «Габен»);
- психотипы исследовательско-концептуального стиля, ориентированные на процесс решения задачи («Дон Кихот», «Джек», «Робеспьер», «Бальзак»);
- психотипы социального стиля, «результативные коллективисты», ориентированные на конкретную помощь окружающим людям («Гюго», «Наполеон», «Дюма», «Драйзер»);
- психотипы гуманитарного типа, «процессные коллективисты», которые ориентированы на процесс общения с окружающими людьми («Гамлет», «Гексли», «Есенин», «Достоевский»).

Результаты исследования персонала позволят определить структуру коллектива по социотипам работников на предприятии гостеприимства и выявить соответствие персонала занимаемой должности. Для лучшего восприятия информации и принятия решений руководством предприятия гостеприимства результаты исследования рекомендуется представить в табличной форме, пример которой приведен ниже.

**Социотипы персонала предприятия «Семейный уют»
и их соответствие занимаемой должности**

Должность	Социотип	Соответствие социотипа занимаемой должности (В, ЧВ, НВ) ¹
¹ В – соответствует, ЧВ – частично соответствует, НВ – не соответствует.		

Следует отметить, что внедрение этого метода не является затратным. К тому же он позволит снизить расходы, связанные с поиском нового персонала, сможет обеспечить стабильность

и результативность взаимодействия коллектива. Вместе с тем ожидается улучшение качества обслуживания, рост производительности труда, увеличение прибыли предприятия.

Список литературы

1. Балабанова, Л. В. Управління персоналом / Л. В. Балабанова, О. В. Сардюк. – Київ : Центр учбової літератури, 2011. – 468 с.
2. Шегда, А. В. Менеджмент : учеб. пособие / А. В. Шегда. – Київ : Знання, 2002. – 583 с.
3. Аугустинавичюте, А. Соционика. Введение / А. Аугустинавичюте, Л. Филиппов. – СПб. : Terra Fantastica, 1998. – 444 с.

Н. В. Яцевич (natyatsevich@yandex.ru),
канд. экон. наук, доцент кафедры
мировой и национальной экономики

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

КОНКУРЕНТНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО КАК ФОРМА ВЗАИМООТНОШЕНИЙ КОНКУРЕНТОВ

В статье рассматривается проблема взаимосвязи соперничества и сотрудничества между конкурентами в контексте теории конкурентного сотрудничества.

In the article the problem of interrelation of rivalry and cooperation between competitors in a context of the “co-opetition” theory is considered.

В традиционном понимании конкуренция является важнейшим фактором эффективного функционирования рыночной экономики, который непрерывно мотивирует производителей повышать качество своего товара, а потребителю дает возможность наиболее полно удовлетворить свои потребности. Конкуренция представляет собой антагонистическое соперничество или борьбу между предприятиями за ограниченный объем платежеспособного спроса покупателей, лучшие рыночные условия, долю рынка и т. д. Отсутствие или ограничение конкуренции оказывает отрицательное влияние на развитие экономики, а попытки снизить интенсивность конкуренции путем заключения различного рода соглашений между предприятиями (например, в форме картели) рассматриваются как антирыночные методы. В случае же победы одного из предприятий в конкурентной борьбе и вытеснения с рынка или поглощения конкурентов образовывается монополия, что также является недопустимым и преследуется антимонопольным законодательством.

Таким образом, возникает определенное противоречие, отмеченное И. Д. Котляровым, которое заключается в том, что конкуренты по определению рассматриваются как соперники и сотрудничество между ними исключено, т. е. фирмы вынуждены вести конкурентную борьбу за потребителя, но при этом не имеют права оказываться в ней явными победителями [1].

Таким образом, сущность и смысл конкуренции в экономике заключается не в том, чтобы одни соперники в процессе борьбы победили других и вытеснили их с рынка. Конкуренция должна обеспечивать эффективное развитие и оптимальную рыночную структуру, при которой создается выигрышная ситуация для всех участников рыночных взаимоотношений. В этой связи очевидно, что фирмы на рынке не только находятся в состоянии соперничества друг с другом, но и определенным образом взаимосвязаны между собой, что предполагает возможность сотрудничества между ними.

Теория конкурентного сотрудничества представляет собой новый взгляд на понятия конкуренции и сотрудничества фирм, подразумевающий переход от их противопоставления друг другу к восприятию как взаимосвязанных, не исключających, а взаимно дополняющих друг друга форм взаимодействия фирм на рынке [2].

В общем виде модель взаимосвязи конкуренции и сотрудничества фирм называется coopetition. Этот термин ввел в обращение Р. Нурда в 1993 г. Термин образован от слияния двух английских слов: cooperation (сотрудничество) и competition (конкуренция). На русский язык понятие можно перевести как «конкурентное сотрудничество», «конкурентная кооперация». Иногда используется перевод термина как «соконкуренция».

Теория конкурентного сотрудничества в бизнесе предложена в 1996 г. А. Бранденбургером и Б. Нейлбаффом [3]. Они связали понятия конкуренции и сотрудничества фирм в единую теоретическую концепцию создания стоимости и перераспределения ее в свою пользу. Согласно этой концепции сотрудничество – это создание стоимости («выпекание пирога»), а конкуренция – это перераспределение стоимости («деление пирога на куски»).

Чтобы создать высокую стоимость своего бизнеса, нельзя действовать в одиночку. Необходимо наладить партнерские отношения с клиентами, поставщиками, сотрудниками и множеством других контрагентов, в том числе создать стратегические партнерства с конкурентами.

Для объяснения концепции конкурентного сотрудничества А. Бранденбургер и Б. Нейлбафф обращаются к теории игр. Теория игр берет начало из неоклассической экономической теории, которая опирается на поведение так называемого экономического человека, стремящегося максимизировать доход и минимизировать затраты путем выбора наилучшей альтернативы из доступных в конкретной ситуации. Теория игр – это математический метод анализа оптимальных решений в играх. Под игрой понимается процесс взаимодействия двух и более сторон (игроков), ведущих борьбу за реализацию своих интересов в конфликтных ситуациях. Каждый из игроков преследует свою цель и принимает решение, которое может привести к выигрышу или проигрышу и которое влияет на решения остальных игроков.

Предметом анализа теории игр в экономике являются механизмы конкуренции и функционирования рынка, способы принятия предприятиями решений в условиях конкурентной борьбы и т. д. Систематизированное изложение идей и методов теории игр было предложено в 1944 г. Дж. фон Нейманом и О. Моргенштерном в работе «Теория игр и экономическое поведение». В 1950 г. Дж. Нэш разработал концепцию равновесия в теории игр, называемую как равновесие Нэша, или некооперативное равновесие, когда стороны выбирают оптимальное решение, которое приводит к созданию устойчивого равновесия. Игрокам выгодно сохранять это равновесие, так как любое изменение ухудшит их положение.

В настоящее время с помощью теории игр формируются стратегии конкуренции на практике. Авторы А. Бранденбургер и Б. Нейлбафф говорят о том, что данная теория позволяет выйти за пределы слишком простых понятий конкуренции и сотрудничества и объединить их в парадигме конкурентного сотрудничества, более соответствующей условиям современного мира. При этом ценность теории игр заключается в том, что она предполагает результат, при котором побеждают все.

В игре под названием «бизнес» у каждого своя роль. При этом важной группой игроков являются партнеры, которые могут быть названы дополнителями, или комплементорами, поскольку они оказывают значительное влияние на развитие успешного бизнеса. К ним относятся предприятия, предоставляющие дополнительные продукты или услуги.

Так, к комплементорам относятся компании, которые производят компьютеры и программное обеспечение, мобильные телефоны (плюс компании-поставщики услуг связи), автомобили. Комплементорами также являются банки, выдающие кредиты для покупки товаров, страховые и дорожно-строительные компании и т. д.

Дополняемость продуктов является взаимной: более совершенные компьютеры стимулируют покупателей приобретать современное программное обеспечение, и в то же время развитие рынка программного обеспечения стимулирует покупателей для покупки новых, более мощных компьютеров.

При этом, как правило, компании могут выступать одновременно как в роли комплементоров, так и в роли прямых конкурентов. Например, кинотеатры и компании, выпускающие видеопродукцию, являются конкурентами. Однако очевиден и дополняющий эффект: фильмы, которые пользуются успехом в кинотеатрах, также пользуются большим спросом при продаже на дисках.

Другим примером того, что компании могут быть конкурентами и комплементорами одновременно, может служить расположение небольших конкурирующих бизнесов рядом друг с другом (например, антикварных магазинов на одной улице). Если они рассредоточены равномерно по всему городу и каждый магазин располагает своим локальным рынком, это снизит конкуренцию между ними. Однако совместное расположение расширяет объем рынка для каждого из магазинов, что позволяет им быть не только конкурентами, но и дополнителями друг друга. Результатом группировки бизнеса является расширение рынка, создание эффекта взаимодополняемости, что дает возможность для развития бизнеса, несмотря на рост интенсивности конкуренции.

Таким образом, компании являются комплементорами при создании рынка («выпекание пирога») и конкурентами при разделе рынка («деление пирога на куски»). Отсюда следует, что действия прямых конкурентов, если они ведут к увеличению рынка, фактически приносят пользу всем остальным конкурентам. Следовательно, необходимо создавать и поддерживать активные взаимоотношения с конкурентами для совместного решения общих задач. Автор И. Д. Котляров предлагает ввести понятие связей с конкурентами в качестве элемента маркетинговых коммуникаций (совокупности методов и приемов воздействия на внешнюю среду предприятия с целью обеспечения конкурентных преимуществ), поскольку традиционно маркетинговые коммуникации были направлены на потребителей.

Для связей с конкурентами могут использоваться следующие приемы:

- создание отраслевых ассоциаций, разрабатывающих единые стандарты качества в данной отрасли;
- совместное ведение научных и научно-технических разработок, призванных совершенствовать продукцию отрасли;
- соглашения в области аутсорсинга;
- соглашения по совместному обслуживанию клиентов.

Таким образом, спектр возможных конкурентных стратегий шире, чем известные в экономической науке стратегии конкурентной борьбы. Участники рынка могут создавать выигрышные ситуации во взаимоотношениях с конкурентами, в частности в сфере сотрудничества, что даст возможность получить выигрыш каждому.

Список литературы

1. **Котляров, И. Д.** Маркетинг конкурентов и связи с конкурентами: сотрудничество как путь к рыночному успеху / И. Д. Котляров // НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент» [Электронный ресурс]. – 2010. – № 2. – Режим доступа : <http://economics.openmechanics.com/articles/191.pdf>. – Дата доступа : 11.01.2014.
2. **Колбачев, Е. Б.** Конкурентное сотрудничество, открытые инновации и развитие управленческого инструментария / Е. Б. Колбачев, Т. А. Колбачева // Научно-техн. ведомости СПбГПУ. Серия «Экономические науки» [Электронный ресурс]. – 2013. – № 4. – Режим доступа : http://ntv.spbstu.ru/fulltext/E4.175.2013_02.PDF. – Дата доступа : 11.01.2014.
3. **Бранденбургер, А.** Coopetition. Конкурентное сотрудничество в бизнесе : [пер. с англ.] / А. Бранденбургер, Б. Нейлбафф. – М. : Омега-Л, 2012. – 352 с.

III. МИРОВАЯ И НАЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

В. С. Ахрамович (axramovich.vasilisa@inbox.ru),
научный сотрудник

Институт системных исследований
в АПК Национальной академии наук Беларуси
г. Минск, Республика Беларусь

ЗАКОНОМЕРНОСТИ РАЗВИТИЯ МИРОВОЙ ТОРГОВЛИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИЕЙ И ПРОДОВОЛЬСТВИЕМ

Современные тенденции и перспективы развития мировой торговли сельскохозяйственной продукцией и продовольствием обусловлены различными факторами, в том числе уровнем развития материального производства, сферы услуг, транспортной, кредитно-финансовой и коммуникационной инфраструктуры в разных странах мирового сообщества. Чем выше технико-экономическое развитие той или иной страны, тем более развита производственная сфера. Чем больше в экономике высокотехнологичных производств, тем большая часть производимых ею товаров и услуг выходит за пределы национальной территории и опосредуется международным обменом, тем больше степень экономической открытости страны.

В то же время проблемы функционирования мирового рынка продовольствия постоянно усложняются и усугубляются неблагоприятной конъюнктурой и непредсказуемостью ценовой ситуации, сдерживающими оказываются факторы, которые должны были бы способствовать развитию рынка. Это касается процессов глобализации и упорядочения мировой торговли сельскохозяйственной продукцией, вызывающих ее монополизацию. Агропродовольственные концерны и компании, располагая эффектом объемов, посредством демпинга подавляют конкурентов [1].

Практика свидетельствует, что тенденции и перспективы развития мировой торговли товарами определяются следующими основополагающими закономерностями:

- Реальный (в неизменных ценах) объем международной торговли, как правило, растет быстрее, чем реальный объем ВВП и внутренний спрос участвующих в ней стран (в среднем за 2005–2012 гг. объем мирового ВВП увеличился на 2%, в то время как мировая торговля – на 3,5%) (рисунок 1).

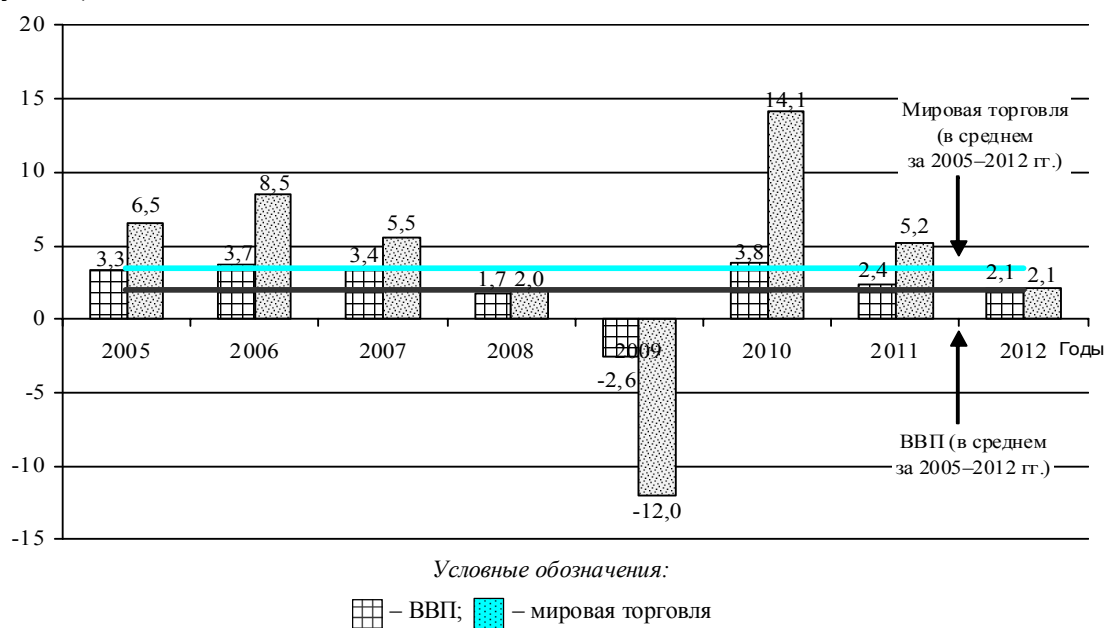
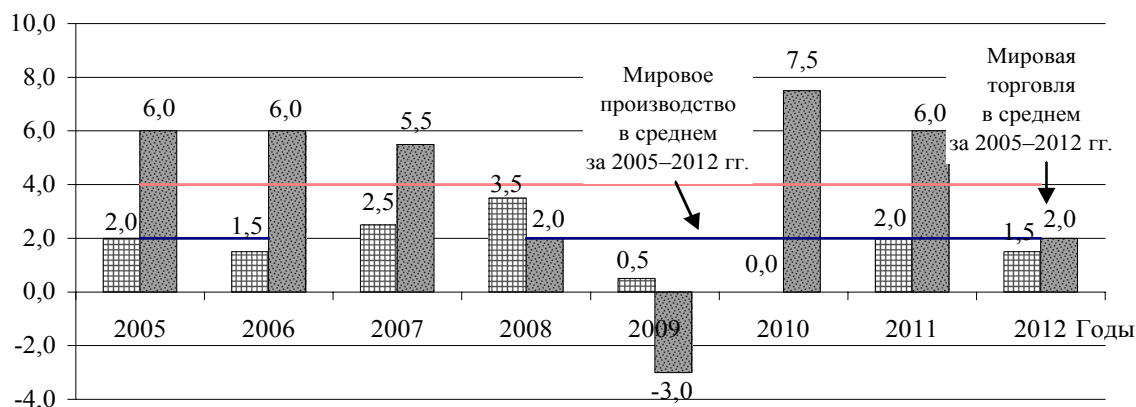


Рисунок 1 – Динамика прироста реального ВВП и мировой торговли, %

Примечание – Источник: собственная разработка автора.

Это в полной мере относится к сельскохозяйственной продукции и продовольствию. Несмотря на то, что основная часть продовольствия потребляется там, где оно произведено, международная торговля продуктами питания ведется весьма интенсивно. Среднегодовой прирост за 2005–2012 гг. составляет около 4%, в то время как мировое производство – 2% (рисунок 2).





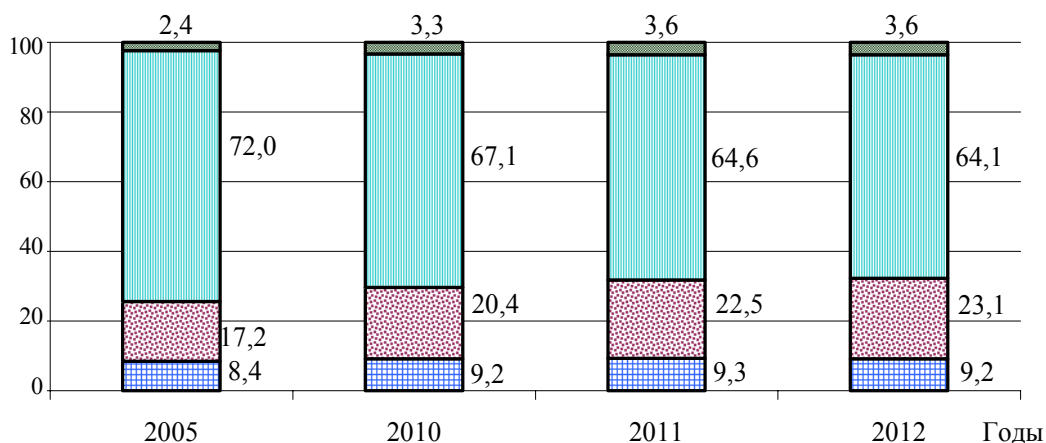
Условные обозначения:
 – мировое производство сельскохозяйственной продукции;
 – мировая торговля сельскохозяйственной продукцией и продовольствием

Рисунок 2 – Динамика мирового производства и торговли сельскохозяйственной продукцией и продовольствием, %

Примечание – Источник: собственная разработка автора.

По мнению авторитетных ученых-экономистов в области мировой экономики, данная закономерность сохранится и в прогнозном периоде.

• Товарная структура международной торговли в последние десятилетия неуклонно сдвигается в сторону технологически сложных отраслей материального производства. Быстро увеличивается доля изделий средней техноёмкости, чуть медленнее – высокой техноёмкости. Постепенно «вымываются» из мирового оборота изделия низкой техноёмкости и ресурсоемкие изделия. Данная тенденция характерна и для аграрной продукции. Доля сельскохозяйственной продукции и продовольствия в последнее десятилетие в целом в структуре мирового товарооборота остается неизменной – около 9% (рисунок 3).







Условные обозначения:
 – прочие;
 – промышленные товары;
 – топливо и продукция горнодобывающей промышленности;
 – сельскохозяйственные товары

Рисунок 3 – Структура мировой торговли товарами, %

Примечание – Источник: собственная разработка автора.

В то же время удельный вес сельскохозяйственного сырья постепенно сокращается. По сравнению с 2000 г. в 2012 г. доля продовольственных товаров возросла на 3,4% (рисунок 4).

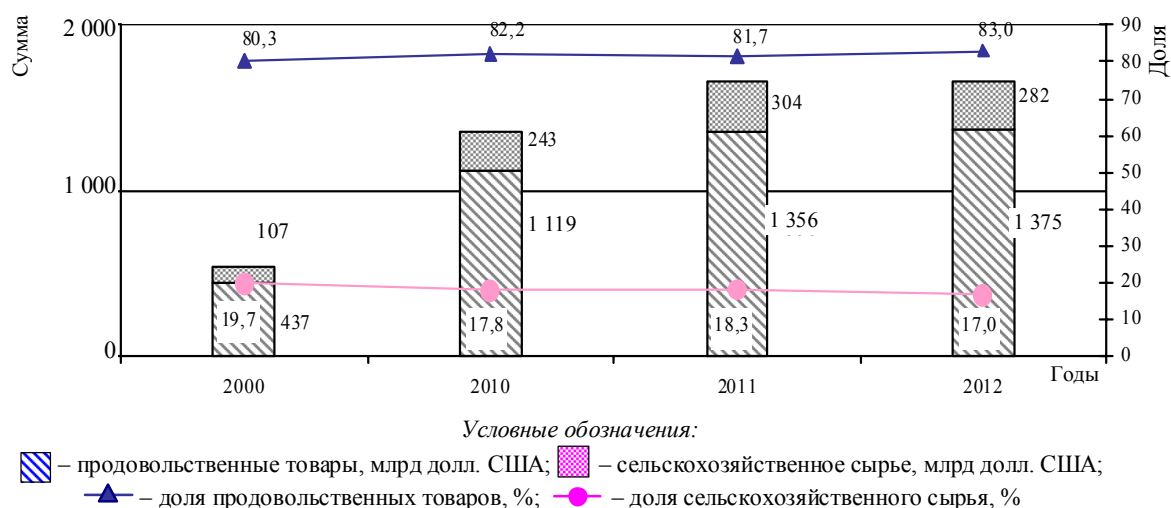


Рисунок 4 – Динамика структуры мировой торговли сельскохозяйственной продукцией и продовольствием

Примечание – Источник: собственная разработка автора.

Поскольку международная торговля этими товарами отличается повышенными темпами, следует ожидать общего ускорения роста мировой торговли сельскохозяйственной продукцией и продовольствием в целом.

- Регулирование внешнеторговой деятельности в современной международной практике приобрело характерные черты, обусловленные глобальными процессами и тенденциями в развитии мировой экономики и торговли.

На современном этапе продолжается формирование и совершенствование *многоуровневой системы регулирования* в области международной торговли со взаимосвязанными формами на национальном, региональном, транснациональном и глобальном уровнях, прежде всего в рамках Всемирной торговой организации (ВТО) и региональных торгово-экономических соглашений. Сложившиеся в международной торговле традиции, нормы и правила взаимодействия между потенциальными и реальными контрагентами внешнеторговых сделок приобрели обязательный характер и действуют на основе единых принципов и форм организации продаж на мировом рынке основных видов товаров.

Растущая взаимозависимость стран в условиях глобализации заставляет их унифицировать методы государственного регулирования внешнеторговой деятельности не только с учетом своих национальных интересов, но и позиций своих партнеров в лице других стран и транснациональных корпораций.

По мнению авторитетных ученых в области международных экономических отношений, при складывающейся в настоящее время конфигурации мирового пространства международная торговля в обозримой перспективе будет осуществляться в два этапа. На первом из них будут действовать принципы, нормы и правила ВТО, на втором – международная дисциплина ВТО, дополняемая двусторонними или многосторонними взаимными преференциями, а также сферами взаимодействия, регулирование которых не входит в компетенцию мировой торговой системы [2; 3].

Проведенные исследования мировой практики использования таможенно-тарифного регулирования внешней торговли на аграрном рынке, в том числе применяемых режимов, свидетельствуют, что регионализация в настоящее время – это процесс, активно развивающийся на протяжении нескольких последних десятилетий и применительно к мировой торговой политике означающий рост числа региональных торговых соглашений, устанавливающих для их участников дополнительные взаимные преференции, по сравнению с теми, которые дает членство в ВТО. Так, около 24% ее объема осуществляется на преференциальных условиях торговли, т. е. в рамках заключенных преференциальных и региональных торгово-экономических соглашений (рисунок 5).

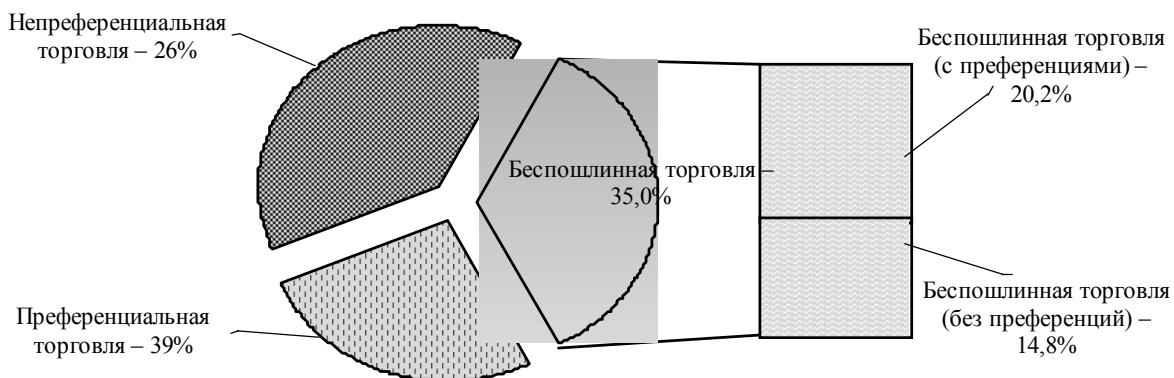


Рисунок 5 – Структура торговых режимов, применяемых в мировой торговле сельскохозяйственной продукцией и продовольствием

При этом средневзвешенный размер предоставленных преференций в торговле сельскохозяйственными товарами составляет в среднем около 4 процентных пунктов. В то же время большая часть преференциальной торговли производится с преференциальной маржой, превышающей 5 процентных пунктов (около 56%).

Исходя из среднего уровня тарифной защиты государств – членов ВТО по сельскохозяйственным товарам (62%) можно сделать вывод, что значительная доля торговли осуществляется на условиях, где применяемая ставка таможенного тарифа снижена в среднем на 8–33% по отношению к ставке режима наибольшего благоприятствования (РНБ).

В связи с этим возникает ситуация, когда РНБ превращается в режим наименьшего благоприятствования, когда страны, не входящие в список стран, пользующихся такого рода преференциями, становятся в заведомо менее выгодные условия, что имеет огромное, а порой и первостепенное, значение при реализации экспортного потенциала.

Многосторонние торговые переговоры стимулировали дальнейшее повышение активности по заключению региональных торгово-экономических соглашений, причем последние реализуют возможности содействия экономическому сотрудничеству, лежащие как в рамках повестки ВТО, так и далеко выходящие за рамки данной повестки.

Таким образом, установлено, что современное экономическое развитие стран и мирового сообщества характеризуется все более возрастающими объемами взаимной торговли, а также расширением и углублением международного сотрудничества. Взаимоотношения между странами приобретают глобальный характер, а это, в свою очередь, требует осуществления определенных мер, регулирующих процессы как политического, так и социально-экономического характера, т. е. существует объективная необходимость участия государства в этих процессах.

Список литературы

1. **Богданов, С. М.** Международная торговля и продовольственная безопасность / С. М. Богданов. – М. : Спутник+, 2010. – 163 с.
2. **Оболенский, В. П.** Либерализация и протекционизм в международной торговле / В. П. Оболенский // Рос. внешнеэкон. вестн. – 2013. – № 3. – С. 3–19.
3. **Лихачев, А. Е.** Новые явления и процессы в сфере регионализации мирового хозяйства / А. Е. Лихачев, А. Н. Спартак // Рос. внешнеэкон. вестн. – 2013. – № 5. – С. 20–27.

Т. В. Верховенко,
ст. преподаватель кафедры экономики

Е. В. Осмолович (verchovenko@gambler.ru),
студентка

*Белгородский университет
кооперации, экономики и права
г. Белгород, Российская Федерация*

ХАРАКТЕРИСТИКА ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ КИТАЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В данной статье рассматривается состояние китайской экономики как одного из наиболее динамично развивающихся субъектов экономики мирового хозяйства. Исследованы особенности китайской экономики, определяющие ее высокую конкурентоспособность.

This article discusses the state of the Chinese economy as one of the most dynamically developing subjects of the economy of the world economy. Peculiarities of the Chinese economy, defining its high competitiveness.

В последние десятилетия в Китае наблюдается ускорение темпов экономического роста. В результате рыночных реформ и интеграции в мировые рынки Китай превратился в важный компонент глобальной экономики. Наряду с этим, китайская экономика сталкивается с проблемами, которые в большей степени обуславливаются не только переходом от административно-командной системы хозяйствования к рыночной, но и собственно рыночным характером экономики Китая и ее глобализацией.

Главными новыми компонентами экономической стратегии современного руководства КНР являются:

- курс на глобализацию китайской экономики;
- защита прав частного собственника и постепенная политическая, не выходящая за рамки монополии компартии на власть, либерализация;
- «социализация» экономической стратегии.

Валовой внутренний продукт Китая неуклонно растет, опережая средний ВВП по миру. К 2050 г. Китай планирует построить общество достатка, которое могло бы сравниться по жизненным условиям с развитыми странами.

По планам на 2020 г. Китай ставит целью увеличение ВВП в пять раз, а к 2030 г. – в 11 раз, что превратит КНР в «современную новую индустриальную страну». Кроме того, предполагается, что Китай к середине XXI в. войдет в число среднеразвитых стран в качестве постиндустриальной большой экономической державы.

Рост ВВП должен происходить на фоне изменения его структуры в пользу роста доли сферы услуг, промышленности и научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) и уменьшения доли сельского хозяйства.

Необходимо отметить, что нынешняя инновационная стратегия Китая, нацеленная на заимствование и использование иностранных технологий прорывного характера, продолжится в ближайшие 15 лет. По научному потенциалу Китай не сможет стать новатором в области фундаментальных исследований и обеспечить широкий приток «прорывных» технологий. Таким образом, научно-технический прогресс будет обеспечивать экономический рост Китая в запланированных пределах, так сказать без «неожиданных чудес».

Активно участвуя в процессах экономической глобализации, Китай практически рассматривает варианты своего участия в будущих региональных интеграционных образованиях в Северо-Восточной, Юго-Восточной, Центральной Азии, а также в формате Азиатско-Тихоокеанского экономического сообщества (АТЭС).

С объективной точки зрения, наиболее перспективным является создание единого интеграционного пространства в Северо-Восточной Азии с участием динамичного Китая, мощной Японии, технологичной Южной Кореи и, возможно, России. По существующим оценкам, основанным на совместных китайских, японских и южно-корейских исследованиях, интеграционный эффект Северо-Восточной Азии может дать для экономики КНР дополнительно 1,3 процентного пункта прироста ВВП. Кроме того, аналогичные китайские исследования показали, что создание в 2010 г. зоны свободной торговли (Китай и Ассоциация государств Юго-Восточной Азии) дает дополнительный прирост ВВП КНР.

В настоящее время Китай ставит перед собой задачу усиления своих международных политических позиций с тем, чтобы на равных с мировыми лидерами участвовать в создании нового экономического и политического миропорядка.

Базовые особенности китайской модели (прежде всего повышенная роль государства при послушном и бесправном населении) в совокупности с особенностями китайских реформ породили ряд других очень важных ее характеристик, которые являются как составляющими китайского успеха, так и его потенциальными слабостями, а именно:

- дешевая экология (отсутствие должной заботы об охране окружающей среды);
- дешевая социальная политика, которая мало обременяет государство (возможность до сих пор отказываться от обязанностей государства в отношении пенсий и пособий для огромной части населения; плата за обучение и медицинское обслуживание; низкий уровень безопасности на производстве и т. п.);
- политика ограничения рождаемости, которая снижает затраты на подрастающее поколение;
- низкий курс юаня, способствующий экспорту, который также уберег Китай в 1997 г. от кризиса, в то время как целый ряд других стран сильно пострадал от завышенного курса своих валют;
- сверхвысокая доля ВВП, идущая на накопление, что позволяет делать громадные инвестиции и поддерживать высокие темпы роста, но возможная лишь при столь сильном присутствии государства в экономике, как в Китае;
- целенаправленная политика государства в области низких тарифов на энергию и сырье, создания инфраструктуры, повышения производительности труда, степени открытости страны и т. д.

В отношении последнего важно отметить линию постепенного расширения открытости для иностранных инвестиций, где Китай сделал наибольшие успехи (они гораздо больше по сравнению, скажем, с политикой поощрения отечественного бизнеса или развития внутреннего потребления). Все это и способствовало тому, что китайский экспорт рос опережающими темпами по сравнению с ростом экономики в целом, а объем прямых иностранных инвестиций в Китае вырос в десятки раз.

Мощным двигателем экономического роста выступают крупные (в том числе занимающие монопольное положение) государственные корпорации, стремящиеся инвестировать свою прибыль в новые проекты, которые потом утверждаются и контролируются государством с помощью кредитов и прочих экономических и административных рычагов. В условиях Китая расширение – это новые места для управленцев и своих людей, новые ресурсы, контроль над которыми увеличивает власть. С другой стороны, между корпорациями всегда есть конкуренция за доступ к ресурсам, который зависит от инвестиционной активности. При такой ситуации очень полезные проекты причудливо сочетаются с совершенно бесполезными или недостаточно нужными.

Факторами роста в условиях рыночной глобализации служат, с одной стороны, интеграция Китая в мировую экономику, с другой стороны, гарантии безопасности частному бизнесу.

Интеграция Китая в мировые рынки позволит ему в дальнейшем поддерживать высокие темпы экономического роста, обеспечившие за 2005–2010 гг. около 25% прироста мирового ВВП.

Превращение Китая в один из главных факторов развития мировой экономики улучшает общую атмосферу для решения задачи мобилизации глобальных ресурсов посредством глобализации китайской экономики и роста ее интеграционной взаимозависимости с мировой экономикой.

В перспективе имеется вероятность того, что Китай будет испытывать все большее давление со стороны международных конкурентов с требованием дальнейшей ревальвации национальной валюты в целях снижения международной конкурентоспособности китайской продукции. С другой стороны, также существует угроза девальвации юаня после полной либерализации фондового рынка и введения свободного валютного курса.

Стремление КНР нарастить валютные резервы за счет активной экспортной политики диктуется необходимостью обезопасить страну на случай возникновения и развития очередного финансового кризиса. Крупные валютные резервы позволяют поддерживать стабильность национальной финансовой системы, противостоять международным рискам и спекулятивным натискам. Основной целью накопления крупных валютных ресурсов является поддержание их высокой ликвидности, в то время как вопросы прибыльности отходят на вторичный план.

В дальнейшем объем китайских прямых иностранных инвестиций будет расти. Основная причина заключается в необходимости диверсификации огромных золотовалютных резервов, в том числе попытке избежать дополнительного инвестирования в доллар США. По оценке китайских специалистов, с 2003 по 2010 г. Китай потерял более 270 млрд долл. США из-за снижения стоимости американской валюты.

Росту китайских прямых иностранных инвестиций (ПИИ) будет способствовать широкая программа покупки иностранных предприятий китайскими компаниями.

Основными мотивами при покупке иностранного предприятия являются доступ к развитой сбытовой сети, современным технологиям и ноу-хау, покупка всемирно известного брэнда, а также компании, обладающей правом па разработку каких-либо ресурсов. Основными сферами для ПИИ будут добыча сырья и «зеленая» экономика.

Основными направлениями китайских ПИИ по-прежнему останутся традиционные (США, Европейский Союз) и появятся новые (Латинская Америка и Африка).

Китай пока еще не стал страной, которая развивается на основе знаний и национальной инновационной системы. Но он быстрыми темпами движется к этой цели.

В планах Китая в ближайшие годы завершить создание современной национальной инновационной системы, к 2030 г. – существенно сократить разрыв с передовыми странами, а к 2050 г. – осуществить индустриализацию нового типа на основе науки и образования в тесной связи с информатизацией и созданием «экономики знаний».

В перспективе высоким технологиям в Китае отводится значительное место. Предполагается, что экономика КНР на протяжении 20–30 лет будет переходить на путь интенсивного развития, при этом ожидается, что вклад научно-технического прогресса в ВВП страны увеличится до 60%.

В целом, отрасли высоких технологий в Китае развиваются довольно стабильно, поскольку данному сектору уделяется повышенное внимание со стороны государства, оказывается всесторонняя поддержка, создаются дальнейшие условия для развития.

Таким образом, в Китае имеется многоуровневая система движущих сил роста, в известной мере уникальная, в которой в отличие от развитых стран главными являются не отечественный частный капитал, а государственные корпорации, местные власти и иностранный бизнес. Это объясняет особенности китайских инвестиций.

Положение экономической сверхдержавы, разумеется, будет побуждать к более активной политической и дипломатической деятельности, чтобы обеспечить свои позиции, защитить свои права, собственность и т. п. При этом, Китай еще довольно длительное время будет ориентирован на собственные сложные внутренние проблемы. Все внешние проблемы он и впредь будет рассматривать через внутренние, а также призму того, обеспечит ли это экономический рост, поставки ресурсов и т. п.

Экономический рост Китая и усиление его глобальных экономических и политических позиций представляют серьезный вызов международному сообществу. Этот вызов обусловлен тем, что стремительно богатеющий Китай создает сверхдавление на мировые энергетические и иные ресурсы и глобальную экологическую ситуацию, а также стремится утверждать свои правила игры в мировой политике и экономике.

Д. А. Гайдей (Daria.gaidey@gmail.com),
ассистент кафедры международной экономики

Донецкий национальный университет
г. Донецк, Украина

ПРОЦИКЛИЧЕСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ ГЛОБАЛЬНОГО ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

В данной статье представлены цикличности развития глобальных экономических систем, взаимосвязь циклических колебаний экономики и инновационного развития стран мира. На основе исследования циклических колебаний динамики количественных показателей глобального инновационного развития выделены основные тенденции данного процесса.

The article examines the nature of the development cycle of the global economic system, the relationship of cyclical fluctuations in the economy and development. Highlights the main trends of global innovation development based on the study of cyclical fluctuations dynamics of quantitative indicators of the process.

На современном этапе развития общества информационные и технологические ресурсы лежат в основе эффективного функционирования экономических систем и, соответственно, обеспечения конкурентоспособности экономик в системе мирохозяйственных связей. Эффективное функционирование субъектов бизнеса в глобальном экономическом пространстве на разных уровнях неразрывно связано с осмыслением основных факторов роста в условиях пере-

хода к постиндустриальному обществу. Поскольку главным фактором здесь выступают инновации, понимание тенденций в сфере глобального инновационного развития необходимо для сохранения конкурентоспособности национальных экономик на международных рынках. В настоящее время в основе высокого уровня инновационной динамики мировой экономики лежит расширение экономического использования информационно-коммуникационных технологий, увеличение спроса на креативные товары и услуги, а также переход новых стран и регионов на инновационную модель развития. Вместе с тем, существуют ограничения инновационного развития, связанные как с социально-политическими проблемами использования новейших технологий, так и с возможными финансовыми ограничениями.

Необходимость понимания перспектив инновационного развития обусловлена фундаментальным значением инновационной сферы для эффективного функционирования глобальной экономической системы.

Инновационные теории экономической динамики разрабатывались С. Кузнецом, Н. Д. Кондратьевым, Й. Шумпетером, Г. Меншем и др. Вопросы теории и механизма инноваций в эволюционном аспекте отражены в трудах Ю. В. Яковца, К. Перез, А. Фестре и др.

Цель работы заключается в рассмотрении количественных показателей инновационного развития в контексте их циклических трансформаций.

Как интенсивно развивающийся механизм, рынок инновационной продукции подвержен значительным деформациям и преобразованиям. Переход современного общества к экономике знаний стимулирует интенсивное развитие научной сферы во всех регионах мира и стремление стран к переходу к инновационной модели функционирования национальных хозяйств. При этом закономерным является прямая взаимосвязь между глобальным экономическим развитием в целом и его инновационной сферой в частности, ведь финансирование инновационных процессов напрямую зависит от благосостояния экономики в целом. Значит, при рассмотрении количественных показателей инновационного развития необходимо учитывать основные тенденции мировой экономики.

Динамика развития глобальных экономических систем имеет нелинейный характер, который часто сопровождается периодическими колебаниями деловой активности. Изменение конъюнктуры протекает в форме цикла, по траектории которого экономика движется от одного макроэкономического равновесия к другому [1, с. 4].

Статистический анализ последних 40 лет показывает, что с середины XX в. прослеживается девятилетний цикл мировых финансовых кризисов (1970–1971 гг., 1980–1981 гг., 1987–1988 гг., 1997–1998 гг., 2008–2009 гг.). Между финансовыми кризисами и общеэкономическими рецессиями наблюдался примерно трехлетний интервал краткосрочного финансово-экономического цикла Дж. Китчина.

С учетом того, что статистический учет количественных показателей глобального инновационного развития ведется с конца 1990-х – начала 2000-х гг., закономерным будет более детальное рассмотрение изменения объемов ВВП именно с этого периода времени. На рисунке 1 можно проследить рецессию 2000–2001 гг. после финансового кризиса 1997–1998 гг., рецессию 2010–2011 гг. после финансового кризиса 2008–2009 гг.

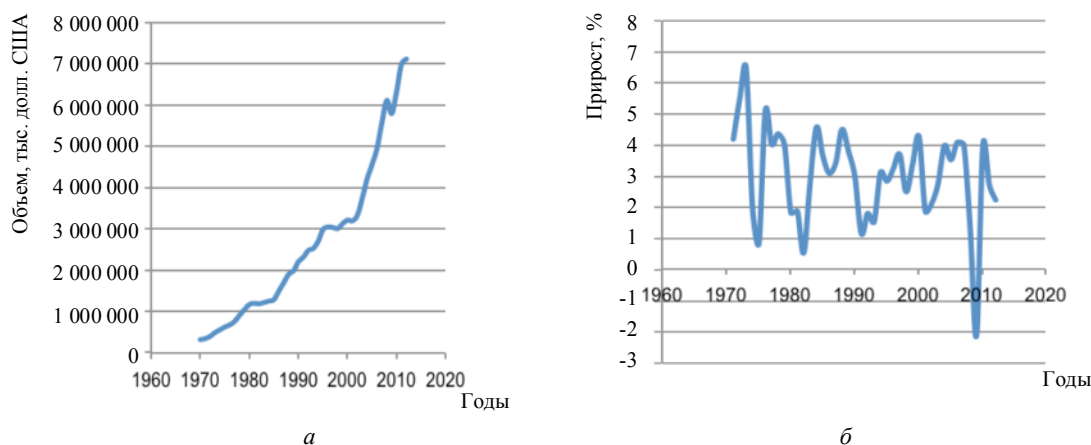


Рисунок 1 – Динамика объемов ВВП (а) и его ежегодного прироста (б) в 1970–2012 гг. [2]

При этом циклические колебания в экономике тесно взаимосвязаны с колебаниями инновационной активности.

Четкая взаимосвязь между колебаниями прироста ВВП и объемом затрат на мировые научные исследования представлена на рисунке 2.



Рисунок 2 – Динамика прироста мирового ВВП и мировых затрат на научно-исследовательские разработки в 1996–2012 гг., % [2; 3]

Можно заметить небольшой временной лаг между окончанием рецессии и увеличением затрат на финансирование научно-исследовательских разработок. Фаза депрессии традиционно продуцирует относительное снижение эффективности производства и увеличение количества научных и технологических исследований [4]. В результате, несмотря на критическое падение темпов роста ВВП, расходы на науку показывают стабильный рост. Это объясняется тем, что в условиях повсеместной рецессии производства для восстановления продуктивного функционирования мирового хозяйства необходимы инновации. Имеющиеся статистические данные подтверждают, что пик научных открытий и технологических инноваций приходится на нисходящие фазы длинных циклов.

Одним из важных показателей динамики инновационного развития выступает мировой объем торговли информационно-коммуникационными технологиями (ИКТ) (рисунок 3).

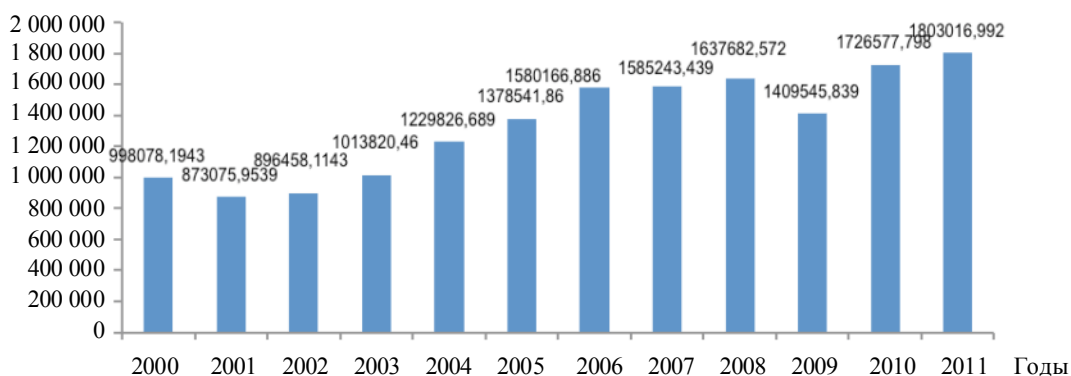


Рисунок 3 – Динамика объемов торговли ИКТ в 2000–2011 гг., тыс. долл. США [2]

Учет данного показателя ведется статистической службой ЮНКТАД с 2000 г. и представляет определенную трудность за счет непрерывного расширения номенклатуры товаров. За период с 2000 по 2011 г. доля объемов торговли ИКТ колебалась в диапазоне от 10 до 15% от общей торговли товарами в мире. Объем торговли данной группой товаров увеличился более чем на 800 млн долл. США и составил 1,8 млрд долл. США.

Из рисунка 4 видно, что динамика развития мирового рынка ИКТ подчиняется логике нелинейных периодических трансформаций и в целом сопряжена с общеэкономической динамикой, однако при этом имеет определенные особенности. Она носит ярко выраженный характер и подвержена значительным колебаниям количественных показателей. Так, после рецессии 2000–2001 гг. наблюдался прирост объемов экспорта в размере 125 млн долл. США (или 23,1%)

и импорта в размере 117 062 млн долл. США (или 21,3%). После финансово-экономического кризиса 2008–2009 гг. наблюдался подъем объемов экспорта на 14,3% (или 3,7 млн долл. США) и импорта на 13,9% (или 3,2 млн долл. США). Однако в каждом из рассмотренных периодов в последующие годы динамика прироста резко замедляется, хотя и сохраняет положительный прирост. Подобная ситуация объясняется тем, что приобретение ИКТ становится одним из ключевых ресурсов восстановления нормального функционирования экономических систем в посткризисные периоды.

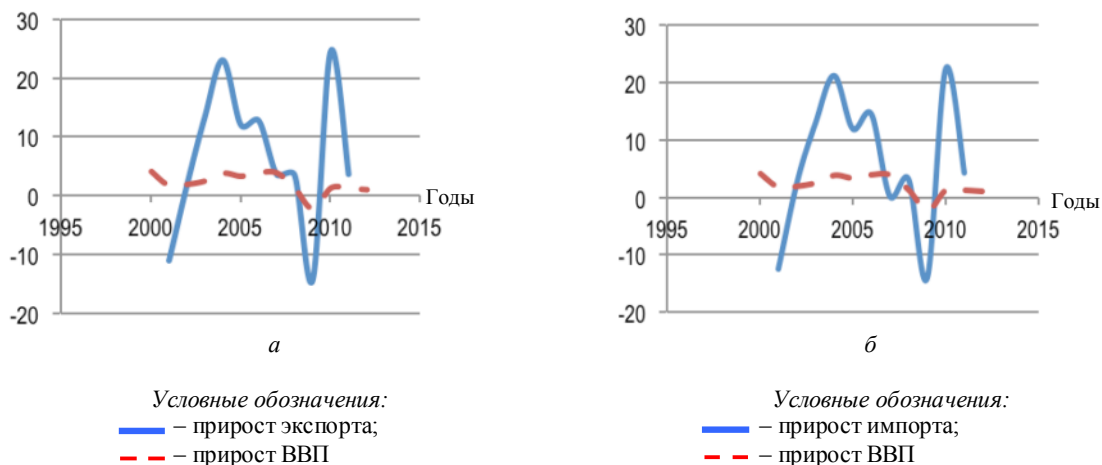


Рисунок 4 – Динамика прироста мирового экспорта и импорта товаров ИКТ и прироста ВВП в 2000–2012 гг., % [2]

В исследовании выделена взаимосвязь между экономической динамикой и интенсификацией инновационной активности. Периоды спадов экономической конъюнктуры выступают стимулятором процессов глобального инновационного развития. Это можно объяснить тем, что решением, способным упорядочить сложившуюся кризисную ситуацию, является создание такого рода инноваций, которые смогут ознаменовать переход глобальной экономической системы в фазу роста.

Таким образом, понимание проциклических тенденций инновационного развития (в рамках их сопряженности с закономерными экономическими трансформациями), которые подчиняются определенным законам и правилам, дает возможность прогнозировать перспективы развития глобальных инновационных систем.

Список литературы

1. **Капканщиков, С. Г.** Кризисы в механизме циклического развития экономики и роль российского государства в их преодолении : учеб. пособие / С. Г. Капканщиков. – Ульяновск : УлГТУ, 2011. – 93 с.
2. **The World Bank** [Electronic resource]. – 2012. – Mode of access : data.worldbank.org. – Date of access : 14.01.2014.
3. **United Nations Conference on Trade and Development** [Electronic resource]. – 2012. – Mode of access : unctadstat.unctad.org. – Date of access : 14.01.2014.
4. **Tanasescu, C.** The new technological paradigm and the long cycle in context of sustainable development / C. Tanasescu // Lucian Blaga University [Electronic resource]. – 2013. – Mode of access : http://www.cedc.ro/media/MSD/Papers/Volume%203%20no%201%202011/MSD_Tanasescu_C.pdf. – Date of access : 10.01.2014.

РЕГИОН С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ГЕОЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОДХОДА

В статье рассмотрен термин «геоэкономика», представлены различные взгляды на его трактовку, выделены основные уровни геоэкономики. На основе геоэкономического подхода представлено определение национальной экономики как совокупности региональных экономик. Исходя из подходов к определению «регион» детерминирован термин «геоэкономический регион».

In the article the author discussed the term “geo-economics”, presented different views on its interpretation, and the main levels of geo-economics. On the basis of geo-economic approach is presented definition of the national economy as a set of regional economies. Based on the approaches to the definition of “region” in the article deterministic “geo-economic region”.

В современных условиях глобализация мировой экономики, а также конкурентная борьба на региональных и мировых рынках способствовали формированию новых стратегических направлений развития стран и регионов. Внешние факторы воздействия на экономику регионов приобретают особый интерес в разработке стратегии их развития. Эта стратегия развивается под влиянием нового вектора экономического развития – геоэкономики.

Впервые термин «геоэкономика» появился в США в конце 1980-х гг. Зачастую под геоэкономикой понимали геополитическую экономику, международную политическую экономию, политико-экономическую географию.

Первоначально все исследования носили только геополитический характер и проводились в 1920–1930-х гг. в Японии и Германии. Все полученные результаты использовались руководством страны в целях обоснования претензий на расширение жизненного пространства и мировое господство [1]. Однако уже в 1970-х гг. начался новый этап развития геополитики, а следовательно, и геоэкономики. Это было обусловлено, в первую очередь, противостоянием двух таких сверхдержав, как СССР и США. В это время основными направлениями геоэкономики являлись «торговые войны; барьеры, связанные с передвижением людей и капиталов; рост бремени военных расходов; бюджетные дефициты; инфляция; такие пространственные конфликты, как конфликты между развитыми и развивающимися странами, центром и периферией, Севером и Югом» [1].

Геоэкономика – это симбиоз экономики и геополитики (геополитика – это синтез географического и политического направлений). Родоначальником геоэкономики принято считать немецкого экономиста Фридриха Листа. В 1841 г. в своей работе «Национальная система политической экономии» он обосновывал необходимость проведения активной целенаправленной государственной экономической политики, нацеленной на развитие производительных сил нации, при этом проводимая государством экономическая политика должна соответствовать той стадии общественно-экономического устройства, на которой находится данное государство [2]. Ученый Рудольф Челлен, который впервые предложил использовать термин «геополитика», в своих трудах также упоминал геоэкономiku, однако в его трудах геоэкономика фигурирует как «экополитика» (в современном мире префикс «эко-» ассоциируется с экологией, а не с экономикой, что и привело к иному значению термина). В 1970-е гг. американским социологом Иммануилом Валлерстайном была разработана первая геоэкономическая концепция, основанная на развитии человечества с точки зрения пространственного осмысления экономической деятельности и экономических взаимосвязей [3].

Автором термина «геоэкономика» считается американский исследователь Эдвард Люттвак, опубликовавший в 1990 г. в журнале «Национальный интерес» статью «От геополитики к геоэкономике: логика конфликта, грамматика торговли» [4]. По его мнению, окончание «холодной войны» ознаменовало завершение эпохи геополитической борьбы между государствами, на смену которому должно прийти соперничество всех тех государств, но уже в геоэкономической сфере [4]. Спустя годы американский исследователь Эдвард Люттвак смог сформулировать основополагающий тезис, который позволил отличить геоэкономiku от связанных с ней экономических дисциплин, таких как мировая экономика, политэкономия, экономическая география, география мирового хозяйства. В основе тезиса лежал тот факт, что основными геоэкономическими факторами являются государства [5].

Французский политолог и экономист Паскаль Лоро, один из ведущих современных специалистов, разрабатывающих геоэкономическую проблематику, описал геоэкономiku следующим образом: «Геоэкономика анализирует экономические стратегии, в частности коммерческие, осуществляемые государствами в соответствии с политикой, нацеленной на защиту своей национальной экономики или ее определенных частей, на помощь своим «национальным производителям» в получении и освоении технологий и (или) в завоевании определенных сегментов мирового рынка для производства или реализации товаров либо ассортимента ключевых товаров, поскольку обладание ими или контроль над ними дает владельцу – государству или «национальному» производителю – элемент международного могущества и влияния и способствует укреплению своего экономического и социального потенциала» [6, с. 29].

И хотя геоэкономика является молодой дисциплиной, изучаемый ею комплекс явлений и подходы к их исследованию существуют в течение длительного времени. В своем выступлении на Санкт-Петербургском форуме по экономическому сотрудничеству Д. А. Медведев отметил: «Условно датой начала глобализации можно считать 12 октября 1492 г. – дату высадки Христофора Колумба в Новом свете. Она была продолжена промышленной революцией и мировыми войнами, а также финансовой и экономической экспансией развитых стран» [7, с. 71]. Именно с этого момента мир в целом становится объектом геоэкономического анализа. Великие географические открытия знаменуют начало распространения европейской экономической системы на весь мир, являясь точкой отсчета формирования единой мировой экономической системы.

Как уже было отмечено ранее, на первоначальном этапе под геоэкономикой понимался «раздел науки, описывающий формальную зависимость экономической жизни от географических условий» [8]. На современном этапе российский теоретик геополитики А. Дугин считает, что «геоэкономика – это особая версия мондиалистской геополитики, которая рассматривает приоритетно не географические, культурные, идеологические, этнические, религиозные и т. д. факторы, составляющие суть собственно геополитического подхода, но чисто экономическую реальность в ее отношении к пространству» [9]. По мнению российского теоретика геоэкономики Э. Г. Кочетова, «геоэкономика выступает как симбиоз национальных и наднациональных экономических и государственных структур» [10, с. 449–450]. В концепции геоэкономических образов Д. Н. Замятин полагает, что «современная геоэкономика в определенном смысле есть образная экономизация географического пространства» [11, с. 19]. Так же, по мнению Д. Н. Замятина, геоэкономика «выступает как исследование проекций геокультурных пространств (геокультурных образов) в плоскости современных экономических и постэкономических отношений, невозможных без учета образно-географического положения центров экономической и финансовой силы» [11, с. 16].

В своих исследованиях автор придерживается мнения доктора экономических наук В. Ю. Рогова о том, что «геоэкономика страны представляет собой теоретическое направление проектирования и формирования региональных структур национальной экономики, имеющих и международное (глобальное) значение. Системным результатом здесь является развитие всех форм культуры как среды воспроизводства данного регионального сообщества, способного, в свою очередь, производить продукцию, услуги и духовные ценности, необходимые для развития национальной и мировой культуры».

Геоэкономика включает в себя экономическую историю, экономическую географию, политологию, конфликтологию, а также теории систем управления, что позволяет изучить «влияние климатических и ландшафтных особенностей на формы и закономерности хозяйственной деятельности; происходящий сдвиг международных силовых игр из области военно-политической в область экономическую, порождающий особый тип конфликтов – геоэкономические коллизии в глобальном контексте; политику и стратегию повышения конкурентоспособности государства в условиях глобализации экономики; слияние политики и экономики в сфере международных отношений, формирование на данном базисе системы стратегических взаимодействий и основ глобального управления» [8] и т. д.

В геоэкономике можно выделить следующие три уровня: мировую геоэкономiku, занимающуюся концептуальным осмыслением современного экономического мироустройства; региональную геоэкономiku, связанную с проблемами пространственного взаимодействия государств в сфере экономики в рамках конкретных международных регионов; национальную геоэкономiku, имеющую дело с вопросами выработки стратегии и осуществления мер по защите экономических интересов конкретных государств во внешней и внутренней политике [3].

Таким образом, национальную экономику можно представить как совокупность региональных экономик, которые, в свою очередь, способны функционировать как самостоятельно,

так и взаимодействовать друг с другом. При этом каждый регион в отдельности несет общую для всей национальной экономики функцию, направленную на формирование единого вектора взаимоотношений с внешним миром.

Исходя из вышесказанного, необходимо разъяснить понятие региона с точки зрения различных авторов. По мнению В. В. Маслакова, К. И. Зубкова, В. Ю. Пленкина, регион представляет собой «минимально необходимую территорию, которой могут быть представлены полномочия планирования и программирования своего свободного развития» [12, с. 21].

По мнению Г. Хофстеда, регион следует рассматривать «как часть государства, имеющую особую социальную и культурную специфику, определяющую следующие параметры управления и экономики: индивидуализм управления; преобладание каких-либо ресурсов; традиции и устои; определение структуры производства и потребления» [13, с. 14].

В свою очередь М. Месаревич и Э. Пестель предложили выделить регионы, каждый из которых изменяет свои параметры в соответствии с интересами целого [14, с. 8]. В то же время А. Нестеренко считал, что «если какая-либо экономика отказывается от заимствования лучшего из других экономик, то она обречена на отставание» [15, с. 55].

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что геоэкономический регион представляет собой территорию страны, развитие которой способствует укреплению внутренней интеграции ее хозяйства и эффективному взаимодействию с внешним миром на определенном геоэкономическом направлении путем применения методов государственного регионального программирования, что, в свою очередь, способствует решению комплекса проблем.

Таким образом, процессы интеграции, имеющие место в современной экономике, способствуют формированию геоэкономического пространства, что позволяет выделить приоритетные направления и определить геоэкономические подходы к разработке стратегии развития региона. Одновременно с участием стран в деятельности нескольких региональных систем, государства способны участвовать в данном процессе через свои приграничные территории путем сотрудничества с приграничными территориями соседних государств. Это позволяет всем участникам обмениваться знаниями, опытом, инновациями во всех сферах экономической деятельности.

Список литературы

1. **База знаний** // Наука. Экономика [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа : <http://murzim.ru/nauka/jekonomika/21781-geoeconomika.html>. – Дата доступа : 08.01.2014.
2. **Лист, Ф.** Национальная система политической экономии / Ф. Лист. – М. : Европа, 2005. – 383 с.
3. **Мир** и политика // Геоэкономика в контексте глобализации : достижения и перспективы [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа : <http://mir-politika.ru/4546-geoeconomika-v-kontekste-globalizacii-dostizheniya-i-perspektivy-.html>. – Дата доступа : 08.01.2014.
4. **Luttwak, E.** From Geopolitics to Geo-Economics. Logic of Conflict, Grammar of Commerce / E. Luttwak // National Interest. – 1990. – № 20. – P. 17–23.
5. **Геоэкономика.** Господство экономического пространства / под ред. К. Жана и П. Савона. – М. : Ad Marginem, 1997. – 207 с.
6. **Lorot, P.** De la géopolitique à la géoéconomie / P. Lorot // Revue française de géoéconomie. – 1997. – № 1. – 122 p.
7. **Медведев, Д. А.** Вопросы национального развития России / Д. А. Медведев ; сост. : К. В. Маслюк, И. Ю. Романов, А. С. Ципко. – М. : Ленанд, 2007. – 224 с.
8. «**Русский архипелаг**» – сетевой проект «Русского мира» // Геополитика [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа : <http://www.archipelag.ru/geopolitics/partii/chess-boa>. – Дата доступа : 08.01.2014.
9. **Attali, J.** Lignes d'horizon / J. Attali. – Paris : Editions Fayard, 1990. – 84 p.
10. **Кочетов, Э. Г.** Глобалистика как геоэкономика, как реальность, как мироздание / Э. Г. Кочетов. – М. : ПРОГРЕСС, 2001. – 704 с.
11. **Замятин, Д.** Стратегии репрезентации и интерпретации геоэкономических образов России / Д. Замятин // Мировая экономика и междунар. отношения. – 2002. – № 6. – С. 15–23.
12. **Маслаков, В. В.** Модель региона – квазикорпорации / В. В. Маслаков, К. И. Зубков, В. Ю. Пленкин // Регион: экономика и социология. – 2000. – № 2. – С. 17–36.
13. **Хофстед, Г.** Экономическая культура : [пер. с англ.] / Г. Хофстед. – М. : Дело, 1989. – 784 с.
14. **Mesarevich, M.** Manking at the Turning Point. The Second Report to the club of Rome / M. Mesarevich, E. Pestel. – New York, 1976. – 208 p.
15. **Нестеренко, А.** Современное состояние и основные проблемы институционально-эволюционной теории / А. Нестеренко // Вопр. экономики. – 1997. – № 3. – С. 42–57.

ТРАНСФОРМАЦИЯ МОДЕЛИ РЫНКА ТРУДА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ НОВОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье изучена сущность новой экономики и ее влияние на развитие рынка труда, а также рассмотрена модель гибкого рынка труда со значительной инновационной составляющей, соответствующая особенностям формирования новой экономики в Беларуси.

The article explored the essence of the New Economy and its impact on the development of the labor market. Considered a model of a flexible labor market with significant innovation component corresponding to the features of formation of the New Economy in Belarus.

Формирование основ новой экономики датируется последней третью XX в. и является результатом научно-технического прогресса. Ученый Элвин Тоффлер в работе «Третья волна» связывает возникновение концепции новой экономики и ее развитие с очередной, третьей по счету после аграрной и индустриальной, экономической революцией в истории цивилизации [1].

Ряд ученых, в частности Н. И. Базылев и Н. Л. Грибанова, выделяют четыре подхода к определению понятия «новая экономика». Сторонники первого подхода представляют новую экономику как комплекс высокотехнологичных наукоемких отраслей. Второй подход к трактовке данного понятия отождествлен с организационными и институциональными новациями в различных отраслях экономики. Третий подход рассматривает новую экономику как «одну из вершин международной финансовой экономики, финансовой модели хозяйствования, символизирующую широкое использование инструментария информационно-технологических инноваций в валютно-финансовой системе» [2]. На наш взгляд, наиболее приемлемым является четвертый подход, который подразумевает развитие отраслей экономики с учетом доминирования человеческого капитала над материальной составляющей. Таким образом, основу новой экономики составляет интеллектуальный ресурс и эффективность его использования. Не количественные параметры обладания знаниями, а качественные критерии эффективности его использования становятся основными факторами экономического развития.

К отличительным чертам новой экономики относятся:

- Усиление роли такого фактора конкуренции, как время. Скорость получения информации и ее обработки определяет получение конкурентного преимущества.
- В состав традиционных системообразующих факторов производства (капитал, труд, земля) добавляется новый фактор – знание.
- Усиление глобализационных и интеграционных процессов, способствующее ускорению процессов формирования единых в мировом масштабе рынков товаров, научно-технической продукции, ноу-хау, услуг, рабочей силы и т. д.
- Развитие принципиально новых систем получения, передачи и обработки данных посредством сети «Интернет», способствующее переводу социально-экономической сферы в электронную плоскость посредством формирования электронной экономики, оптимизации предоставления услуг органами государственного управления населению и организациям с помощью сервиса «Электронное правительство», упрощению получения услуг в сфере образования, а также здравоохранения и т. д.
- Значительное сокращение жизненного цикла продукции. Если в XIII–XIX вв. продолжительность жизни продукта составляла столетие, то в настоящее время – год, а в ближайшее будущее будет составлять месяц.
- В мировой экономике сформировалась тенденция сервизации, т. е. процесса трансформации структуры экономики за счет уменьшения доли производства и увеличения доли услуг, в том числе в высокотехнологичном секторе экономики.
- Стремительное развитие экономики придает образованию «незавершенный» характер. Для сохранения конкурентных преимуществ рабочей силы новая экономика требует постоянной актуализации знаний, умений и навыков, а также развития творческого потенциала личности. Постоянное увеличение объема информации определяет важность таких навыков, как организация времени и своей жизни.

- Механизация и автоматизация производства способствуют изменению роли человеческого фактора в материальном производстве. Физический труд уступает место умственному труду, имеющему творческий характер.

- Изменяются традиционные представления о конкурентной стратегии. В новой экономике стратегия требует гибкого изменения в зависимости от изменений ситуации на рынке, что позволяет организации получить уникальное конкурентное преимущество.

- Трансформируются подходы менеджмента. Изменение ситуации на рынке следует рассматривать не как проблему, а как потенциальную возможность развития новых видов деятельности и выхода на новые рынки.

- Применение новых технологий производства позволяет минимизировать неблагоприятное воздействие на окружающую среду, способствует формированию экологически безопасной экономики.

Обобщая взгляды футурологов, а также ученых, занимающихся исследованиями в области смены технологических укладов, в частности С. Ю. Глазьева, Г. Г. Малинецкого, Д. Шмигулы, следует отметить, что в настоящее время происходит формирование шестого технологического уклада, которому присуще развитие следующих отраслей и сфер деятельности:

- информационно-коммуникационных технологий;
- науки и образования;
- био- и нанотехнологий;
- фармакологии (разработки новых медицинских препаратов, позволяющих объединить живые организмы и машины [3]) и новой медицины;
- микроэлектроники, робототехники, системы искусственного интеллекта, гибких систем «безлюдного» производства;
- нового природопользования (внедрения высоких экотехнологий);
- компактной и сверхэффективной энергетики;
- интегрированных высокоскоростных транспортных систем, новых видов транспорта;
- замены традиционного вида топлива на водород и кислород;
- чипизации вещей и животных;
- развития глобальных информационных сетей;
- высокотехнологичных услуг и услуг с высокой добавленной стоимостью.

Таким образом, приобретение конкурентных преимуществ экономическими системами мира в настоящее время и в ближайшей перспективе будет происходить в условиях развития новой экономики. Следовательно, для усиления конкурентных позиций Республики Беларусь в мировом сообществе ее развитие должно соответствовать общемировым тенденциям в инновационном контексте.

Так, на III Всебелорусском народном собрании были одобрены основные положения Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2006–2010 гг., в основу которых был заложен вектор на построение инновационной экономики в Республике Беларусь. Мировой опыт доказал, что эффективным механизмом перехода индустриальной экономики к экономике, основанной на знаниях, является формирование Национальной инновационной системы. В 2006 г. была разработана нормативно-правовая платформа ее построения – Концепция Национальной инновационной системы Республики Беларусь.

Одним из ключевых элементов данной системы Республики Беларусь является Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь. В настоящий момент реализуется вторая программа в данной сфере, которая рассчитана на период с 2011 по 2015 г., утвержденная постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 26 мая 2011 г. № 669. Основной целью данной программы является создание конкурентоспособной, инновационной, высокотехнологичной, ресурсо- и энергосберегающей, экологически безопасной экономики.

Переход экономики Беларуси на инновационный путь развития имеет научное обоснование в работах таких белорусских ученых, как М. В. Мясникович, Л. Н. Нехорошева, Н. И. Базылев, М. Н. Базылева, Н. В. Соболева и др.

Ученый О. Мельников подчеркивает, что «происходящая сегодня интеллектуализация экономики – объективный процесс расширения зоны использования творческой энергии, вытеснения при производстве товаров и услуг ее затратных и экологически опасных видов» [2]. Он видит в развитии творческой энергии положительный эффект, поскольку «творческая энергия – основной источник экономических и социальных преобразований» [2].

Формирование новой экономики в Беларуси обуславливает изменение модели рынка труда. На наш взгляд, критериям инновационного направления развития социально-экономической сферы в наибольшей мере соответствует *модель гибкого рынка труда со значительной инновационной составляющей*.

Классическая концепция гибкого рынка труда была разработана Р. Буае и Г. Стендингом. Она базируется на необходимости дерегламентации рынка труда, перехода к более гибким формам занятости, имеющим функционально индивидуализированный характер (добровольная занятость неполные рабочий день или неделю, надомный труд и т. д.). Основными чертами модели гибкого рынка труда являются многообразие форм занятости, гибкое регулирование рабочего времени, повышение мобильности рабочей силы, гибкое регулирование заработной платы, применение гибких инструментов и форм социальной защиты работников.

Инновационную составляющую модели гибкого рынка труда, по нашему мнению, обеспечит повышение эффективности использования интеллектуального потенциала, а также широкое использование форм и видов занятости с применением информационно-коммуникационных технологий.

Таким образом, в основу трансформированной модели рынка труда Республики Беларусь должны быть заложены следующие *принципы*:

- многообразие форм и видов занятости (в том числе дистанционная электронная занятость);
- широкое применение гибкого графика рабочего времени;
- разнообразие источников дохода в силу многообразия форм и видов занятости;
- высокая степень социальной защищенности занятых, поскольку инновационная модель гибкого рынка труда является одной из составляющих элементов социально ориентированной рыночной экономической системы Республики Беларусь.

Основные черты инновационной модели гибкого рынка труда, которые будут присущи трудовой сфере Республики Беларусь, следующие:

- Труд будет являться разновидностью творческой деятельности с характерной ему индивидуализацией и интеллектуализацией. Роль исполнителя принадлежит технике, а на работника возлагаются функции контроля и принятия управленческих решений. Новая экономика предвещает возрастающий спрос на высококвалифицированных творческих работников.
- Применение информационно-коммуникационных технологий на рынке труда способствует формированию глобального рынка труда, обеспечив виртуальную мобильность рабочей силы.
- Изменению подвергнется структура спроса на рабочую силу. Основываясь на аналитическом методе группы индивидуальных методов экспертных оценок, следует сделать вывод о том, что самыми перспективными профессиями в недалеком будущем станут программист, специалист по информационной безопасности, системный администратор, нанотехнолог, инженер-строитель, ученый, медицинский работник, специалист в области финансов (менеджер, аналитик), рыночный аналитик, аудитор, антикризисный управляющий, переводчики и лингвисты, логист, эколог и др.
- В структуре трудовых мотивов высококвалифицированных специалистов лидирующие позиции будут отданы стремлениям к результативной деятельности, а также развитию и утверждению себя как личности.
- Восприятие труда как творческой деятельности изменит привычное понимание карьерного роста. Его успешное достижение в новой экономике зависит от эффективности разработки стратегии развития карьеры, основанной на синтезе трех взаимосвязанных элементов: материальных и нематериальных активов (знаний, навыков, умений), стремлений (предпочтений) и конъюнктуры рынка.
- Понятие конкурентоспособности рабочей силы дополняется возросшими требованиями к работнику (обладание системным мышлением, способностью саморазвития и быстрого самообучения, хорошей ориентацией во многих направлениях человеческой деятельности).

Таким образом, рынок труда Республики Беларусь прошел несколько этапов развития, в рамках которых постепенно сформировалась модель национального рынка труда, которая в настоящее время стоит на пороге трансформации в инновационную модель гибкого рынка труда. Данная модель будет содействовать ускорению темпов экономического роста и укреплению конкурентоспособности Республики Беларусь на мировой арене.

Список литературы

1. **Тоффлер, Э.** Третья волна / Э. Тоффлер. – М. : АСТ, 2010. – 784 с.
2. **Базылев, Н. И.** Новая экономика, ее движущие силы и тенденции развития / Н. И. Базылев, Н. Л. Грибанова // Проблемы современной экономики. – 2006. – № 1/2. – С. 17–18.
3. **Šmihula, D.** The waves of the technological innovations of the modern age and the present crisis as the end of the wave of the informational technological revolution / D. Šmihula // Academic journals [Electronic resource]. – 2010. – Mode of access : <http://www.academicjournals.org/jeif/pdf/pdf2010/Apr/Smihula.pdf>. – Date of access : 15.11.2011.

А. В. Заулочный (a.zaoulochny@gmail.com),
ст. преподаватель кафедры экономики и финансов

Б. В. Лапко (lapkob@tut.by),
канд. физ.-мат. наук, доцент кафедры экономики и финансов
Гомельский филиал Международного университета «МИТСО»
г. Гомель, Республика Беларусь

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТЕПЕНИ ИННОВАЦИОННОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ И ЭКОНОМИКИ

В статье дано определение инновации, как изменения, приводящего к снижению потребления ресурсов и предложен показатель динамической степени инновационности. Проведен анализ статистических данных, на основании которых произведена сравнительная оценка динамики предложенного показателя.

The article defines innovation as changes resulting in lower consumption of resources on the basis of which the proposed measure dynamic power of innovation. The analysis of statistical data on which the comparative evaluation of the dynamics of this index.

В настоящее время много и правильно говорится о необходимости инновационного развития экономики. При этом, естественным образом, возникают вопросы о том, как определить степень инновационности, какой субъект хозяйствования более инновационен по сравнению с другими. Конечно, можно это сделать, пригласив экспертов, но нет гарантии, что их оценки будут объективными. Авторы предлагают способ, который позволит численно определять динамику инновационности предприятия и сравнивать инновационность развития субъектов хозяйствования на различных уровнях.

Необходимо, в первую очередь, определиться с тем, что можно назвать инновацией как таковой, приводящей к реальному экономическому росту. Инновации – это любое изменение (технологическое, организационное и др.) в экономике, отрасли, организации, в результате которого снижается определенная в стоимостном выражении сумма ресурсов, затрачиваемых на единицу производимого в экономике, отрасли, организации продукта.

Данное определение соответствует основной цели глобальной экономики, которая заключается в производстве большого количества товара с использованием при этом меньшего количества ресурсов.

Динамическая степень инновационности определяется по формуле

$$I_{\text{дин}} = \frac{C_1}{C_2},$$

где $I_{\text{дин}}$ – динамическая степень инновационности;

C_1 – сумма затрат ресурсов на 1 р. производимой продукции до изменения;

C_2 – сумма затрат ресурсов на 1 р. производимой продукции после изменения.

Такой показатель можно рассчитывать, сравнивая величины затрат в различные периоды и прослеживая таким образом динамику инновационности объекта исследования во времени.

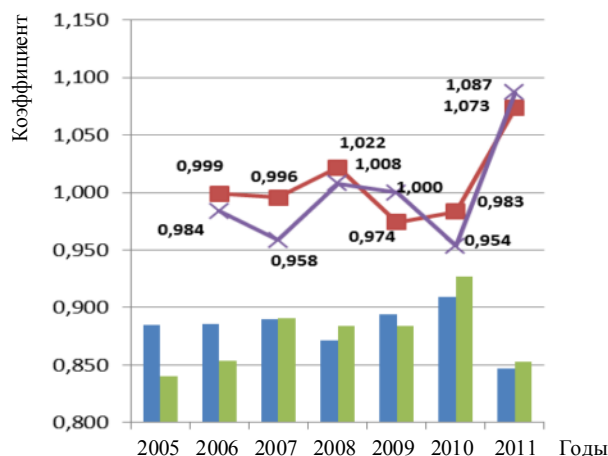
Изменение является инновацией, если это отношение больше 1.

Для того, чтобы сравнить степень инновационности двух предприятий, производящих одинаковую продукцию, но, возможно, в разных объемах, необходимо сравнить отношение стоимости ресурсов на 1 р. производимой продукции на одном из них с таким же отношением на другом. Предприятие, где это отношение больше, является более инновационным.

Сравнивая сумму затрат на единицу продукции по отрасли с аналогичной суммой по предприятию либо стране в целом, можно в некоторой степени говорить об инновационности предприятия относительно отрасли или отрасли относительно средней инновационности страны.

Авторами в качестве апробирования предложенного показателя была проанализирована динамика показателя затрат на 1 р. произведенной продукции в целом по экономике Республики Беларусь [1; 2] и, в частности, по Гомельской области в период 2005–2011 гг., а также выявлена динамика показателя динамической степени инновационности, представленная на рисунке.

**Изменение показателя динамической степени инновационности экономики
Республики Беларусь и Гомельской области в 2006–2011 гг.**



Условные обозначения:

■ – затраты на 1 р. произведенной продукции по Республике Беларусь; ■ – затраты на 1 р. произведенной продукции по Гомельской области; —■— показатель динамической степени инновационности по Республике Беларусь; —×— показатель динамической степени инновационности по Гомельской области

Результаты проведенного анализа показывают неустойчивую динамику рассматриваемого показателя. Говорить об инновационном развитии, по большей степени, не приходится, так как показатель динамической степени инновационности имеет значения, не превышающие 1, практически во все периоды. Отставание Гомельской области по степени инновационности среди показателей по всей стране прослеживается на протяжении всего исследуемого периода (за исключением 2009 и 2011 гг.).

Более интересно сравнивать инновационность инвестиций. Для этого необходимо использовать общедоступную информацию об инвестиционных затратах за определенный срок в применении к различным объектам исследования и вышеуказанным методом определить инновационность инвестиционных затрат.

В целях определения инновационности развития национальной экономики и отдельных ее отраслей и предприятий более интересно было бы провести такое сравнение предприятий нашей страны и ведущих западных стран, но обычно информация о конкретных предприятиях недоступна. Можно рекомендовать сравнивать соответствующие отрасли либо экономики стран в целом. Информация о затратах ресурсов на 1 р. производимой продукции в отраслях экономики общедоступна, поскольку практически во всех странах подсчеты ведутся по определенной форме таблицы «Затраты–выпуск». Сравнивая показатели затрат ресурсов в одинаковых отраслях в Республике Беларусь и любой другой стране, можно определить степень инновационности отрасли (страны), вычислив отношение суммы затрат на 1 р. продукции в отечественной отрасли (экономике) к аналогичной сумме в отрасли (экономике) сравниваемой страны.

Список литературы

1. **Финансы** Республики Беларусь, 2010 : стат. сб. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2010. – 614 с.
2. **Финансы** Республики Беларусь, 2012 : стат. сб. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2012. – 596 с.

Д. А. Котляров (voronezh-36-rus@russia.ru),
канд. геогр. наук, доцент кафедры экономики

Воронежский институт кооперации
(филиал) Белгородского университета
кооперации, экономики и права
г. Воронеж, Российская Федерация

РАЗВИТИЕ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РОССИИ СО СТРАНАМИ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА

В данной статье рассматривается развитие торговли России со странами Таможенного союза. Проанализирована динамика внешнеторгового оборота, экспорта и импорта. Раскрыта структура торговли России со странами Таможенного союза по видам экономической деятельности.

This article examines the development of Russia's foreign trade with the countries of the Customs Union. The dynamics of foreign trade, exports and imports. Revealed the structure of trade between Russia and the countries of the Customs Union on economic activities.

В январе 2012 г. В. В. Путин в своей предвыборной статье заявил о дальнейшей геополитической стратегии развития России, приоритетом которой являются отношения со странами бывшего СССР, а также определил конкретные задачи углубления интеграции на евразийском пространстве. В первую очередь это касалось широких перспектив экономического развития с целью вписаться в современную глобальную экономику и систему торговли.

Таможенный союз (ТС) в рамках Евразийского экономического сообщества (ЕврАзЭС) является самым молодым и динамично развивающимся интеграционным объединением на бывшем постсоветском пространстве. С момента формирования единого таможенного кодекса (2010 г.) и единой таможенной территории (2011 г.) прошло более трех лет. Тем не менее, за относительно короткий период существования это интеграционное объединение показало свою экономическую состоятельность, пройдя сложные моменты интеграции более быстрыми темпами, чем аналогичные объединения Европы, Америки и Азии. В значительной мере это можно объяснить тем, что интегрирующиеся страны имеют тесно устоявшиеся хозяйственно-экономические и технологические связи, сформировавшиеся еще в период существования единого союзного государства. Кроме того, следует отметить значительную взаимозависимость и взаимодополняемость отдельных национальных предприятий в рамках кооперации, а также секторов экономики и межотраслевых комплексов.

Открытие национальных границ между странами позволило расширить единый внутренний рынок и увеличить товарооборот. Так, по данным Федеральной таможенной службы Российской Федерации внешнеторговый оборот России со странами ТС за период с 2010 по 2012 г. увеличился на 34,7% с 43,2 млрд долл. США до 58,2 млрд долл. США (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика внешнеторгового оборота России со странами ТС, млн долл. США

Страны ТС	2010 г.	2011 г.	2012 г.
Страны ТС, всего	43 173,9	58 373,5	58 154,3
В том числе:			
Беларусь	28 034,2	38 607,6	35 726,4
Казахстан	15 139,7	19 765,9	22 427,9

Несмотря на позитивные тенденции роста внешней торговли, страны ТС не являются для России главными торговыми партнерами. Так, за период с 2010 по 2012 г. удельный вес Беларуси во внешней торговле России уменьшился на 0,2%, а Казахстана увеличился на 0,3%, показав тем самым противоположную динамику. При этом, удельный вес стран ТС в целом во внешней торговле России остался на прежнем уровне – 6,9%, с незначительным ростом до 7,1% в 2011 г. и последующим снижением в 2012 г. до уровня 2010 г. (таблица 2).

Таблица 2 – Удельный вес стран ТС во внешнеторговом обороте России, %

Страны ТС	2010 г.	2011 г.	2012 г.
Страны ТС, всего	6,9	7,1	6,9
В том числе:			
Беларусь	4,5	4,7	4,3
Казахстан	2,4	2,4	2,7

Анализ экспорта и импорта России со странами ТС показывает, что только внешняя торговля с Казахстаном как по экспорту, так и по импорту имеет положительную динамику на всем протяжении исследуемого периода. Экспорт России в Казахстан увеличился на 36,2% (3,8 млрд долл. США), а импорт – на 56,5% (3,4 млрд долл. США). Для внешней торговли России с Беларусью характерно снижение экспортно-импортных показателей в 2012 г. Причем снижение показателей импорта более существенное, чем показателей экспорта, поэтому объем поставок белорусских товаров на внутренний российский рынок сократился на 2,4 млрд долл. США по сравнению с 2011 г. (таблица 3).

Таблица 3 – Экспорт и импорт России в страны ТС, млн долл. США

Страны ТС	2010 г.		2011 г.		2012 г.	
	Экспорт	Импорт	Экспорт	Импорт	Экспорт	Импорт
Беларусь	18 080,6	9 953,6	24 922,6	13 685,0	24 421,6	11 304,7
Казахстан	10 690,3	4 449,3	12 906,6	6 859,3	14 557,9	7 869,9

Следует отметить, что отдельные количественные и довольно существенные показатели роста не всегда объективно отражают общее состояние развития внешней торговли страны. Рост абсолютных показателей внешней торговли России со странами ТС на 34,7% (или на 15 млрд долл. США) за анализируемый период не привел к увеличению удельного веса стран ТС во внешнеторговом обороте России. Это объясняется тем, что темпы роста внешней торговли России с третьими странами и регионами значительно опережают рост торговли со странами ТС.

Для этого проведем сравнительный анализ динамики внешней торговли России с третьими странами и регионами. Так, данные таблицы 4 показывают, что за трехлетний период внешняя торговля России со странами Европейского Союза (ЕС) выросла на 103,3 млрд долл. США, а со странами Азиатско-Тихоокеанского экономического сообщества (АТЭС) на 55,5 млрд долл. США. При этом страны АТЭС показывают на всем протяжении исследуемого периода тенденцию роста удельного веса во внешней торговле России при относительной стабилизации доли ЕС на уровне 49%. Особенно велика роль Китая, который в настоящее время является главным внешне-торговым партнером России, опередив Германию. Таким образом, можно сделать вывод о том, что Россия не только сохраняет свои торговые позиции с ЕС, но и наращивает свое присутствие в Азиатско-Тихоокеанском регионе значительно более быстрыми темпами, чем со странами ТС.

Таблица 4 – Внешняя торговля России по крупным интеграционным объединениям мира

Интеграционные объединения	2010 г.		2011 г.		2012 г.	
	Сумма, млрд долл. США	Уровень, %	Сумма, млрд долл. США	Уровень, %	Сумма, млрд долл. США	Уровень, %
АТЭС	145,2	23,2	196,5	23,9	200,7	24,0
ЕС	307,0	49,0	394,0	48,0	410,3	49,0
СНГ	91,3	14,6	122,6	14,9	117,7	14,1
ТС	43,2	6,9	58,4	7,1	58,2	6,9
Прочие страны и регионы мира	39,2	6,3	49,9	6,1	50,4	6,0

В структуре внешней торговли России со странами ТС по видам экономической деятельности в течение 2011–2012 гг. произошли значительные изменения по отдельным группам товаров. Так, анализ данных таблицы 5 позволяет сделать определенные выводы. Во-первых, уменьшилась доля продукции горнодобывающих производств на 5,2%, что говорит о снижении сырьевой зависимости российской внешней торговли со странами ТС. Во-вторых, выросла доля продукции обрабатывающих производств с 57,2 до 62,4%, что говорит о росте доли товаров с высокой степенью обработки и высокой добавленной стоимостью. Только на две указанные группы товаров в совокупности приходится более 90% российской внешней торговли со странами ТС.

Таблица 5 – Структура торговли России со странами ТС по видам экономической деятельности, %

Показатели	2011 г.	2012 г.
Продукция сельского, лесного и рыбного хозяйства	0,4	0,6
Продукция горнодобывающих производств	38,8	33,6
Продукция обрабатывающих производств	57,2	62,4
Электроэнергия, газ, пар и кондиционирование воздуха	0,7	0,8
Водоснабжение, канализационная система, услуги по удалению отходов и рекультивации	1,6	1,3
Прочие виды	1,3	1,3

Анализ развития внешней торговли России со странами Таможенного союза позволяет сформулировать вывод о том, что существующие темпы развития внешней торговли России со странами ТС, несмотря на имеющиеся позитивные тенденции, находятся на относительно низком уровне. Темпы роста внешней торговли и взаимной торговли России со странами ТС не отвечают экономическому потенциалу трех стран. Следовательно, в настоящее время требуются большие усилия сторон в реализации амбициозных экономических проектов в рамках Таможенного союза ЕврАзЭС.

Е. А. Медведкина (jenifer_p@mail.com),
канд. экон. наук, доцент,
доцент кафедры международной экономики

*Донецкий национальный университет
г. Донецк, Украина*

ТРАНСФОРМАЦИОННЫЕ СДВИГИ В МИРОВОЙ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЕ: РОЛЬ И МЕСТО МИРОВЫХ ФИНАНСОВЫХ ЦЕНТРОВ

В статье рассмотрены практические аспекты функционирования мировых финансовых центров в глобальной экономике под влиянием современных трансформационных изменений. На основе исследования динамики количественных показателей глобального финансового развития выделены основные позитивные и негативные факторы создания мировых финансовых центров.

The article discusses the practical aspects of the world financial centers in the global economy under the influence of modern transformational change. Based on the study of the dynamics of quantitative indicators of global financials development highlights the major positive and negative factors creating the world's financial centers.

Мировые финансовые центры (МФЦ) являются неотъемлемой составляющей мировой финансовой системы в современном мире, через которую происходит перераспределение денежных потоков различной направленности и с помощью широкого круга инструментов. Появление и развитие финансовых центров мирового значения вызвано активными глобализационными процессами (интернационализацией и интеграцией). Однако процесс формирования данных центров зависит, прежде всего, от внутренних факторов государства, в котором они развиваются. Оно должно обеспечивать необходимый уровень квалификации рабочей силы, способствовать формированию эффективной финансовой системы с необходимым уровнем правовой защиты и обеспеченности финансовыми инструментами. Вышеперечисленные условия способствуют ускорению перехода местных финансовых центров на глобальный уровень, что, в свою очередь, обеспечивает интенсификацию деловой активности в регионе и получение дополнительных доходов принимающим государством.

Вопросы влияния процессов глобальной трансформации на деятельность МФЦ рассматривают в своих работах Л. Антонюк, В. Вергун, Ю. Макогон, Т. Орехова, П. Рогач, И. Школа и многие др.

Цель работы состоит в анализе функционирования мировых финансовых центров в глобальной экономике под влиянием современных трансформационных изменений.

МФЦ влияет на состояние валюты страны пребывания и приносит ей значительные доходы по статьям платежного баланса. В него входят различные структуры, но ведущее место принадлежит банкам и другим участникам (входящим в сеть международных связей), предоставляющим финансовые услуги. МФЦ постепенно превращаются в мощные информационно-аналитические и организационно-управленческие комплексы, обладающие значительным кредитным потенциалом. Ведущие позиции в МФЦ занимают фирмы, удовлетворяющие их потребности, в том числе юридические и аудиторские, а также управленческие консультанты («МакКинси», «Бостон Консалтинг», «Артур Д. Литл» и др.). Кроме того, МФЦ привлекают широкий круг специалистов (экспертов по сопоставительному экономическому и юридическому анализу и др.). Возрастает значение аналитических центров, способных обеспечить проведение междисциплинарных исследований, подготовку индексов и рейтингов («Мудис», «Стандарт энд Пурс» и др.). Ведущие МФЦ занимаются анализом состояния и перспектив мирового хозяйства и экономики стран мира. В последние годы одной из основных функций МФЦ является выработка и реализация (совместно с международными финансовыми организациями и ведущими западными государствами) долгосрочной стратегии укрепления и расширения сложив-

шейся в конце XX в. мировой финансовой системы. Разрабатываются «правила игры» на финансовых рынках, предполагается создать институционально-правовую систему деятельности финансовых учреждений для обеспечения максимально свободного доступа к рынкам финансовых услуг.

Финансовые институты МФЦ занимаются также управлением международной задолженностью и проводят реструктуризацию международных долгов таким образом, чтобы обеспечить перспективы будущих платежей, а также поступление максимально возможного объема текущих платежей. МФЦ, концентрируя средства, направляют их в периферийные страны, которые все больше зависят от поступления новых займов и иностранных инвестиций. Национальные регулирующие органы вырабатывают согласованные меры с целью воздействия на текущую ситуацию и координируют деятельность по формированию нового мирового финансового порядка. В настоящее время их усилия сосредоточены на создании новой системы управления и контроля, в том числе подготовке соответствующей законодательной базы, унификации системы отчетности и аудита, обеспечении ее прозрачности и доступности.

Таким образом, мировые финансовые центры – это активно развивающиеся составляющие мирового финансового рынка, которые концентрируют в себе значительную часть мирового денежного потока и обладают рядом признаков:

- концентрацией капитала (концентрацией инвестиционного спроса) с существенной долей иностранного капитала (главный признак);
- концентрацией финансового посредничества (концентрацией финансовых услуг) с существенной долей услуг, предоставляемых посредниками, действующими на глобальном рынке, эффективной инфраструктурой рынка;
- концентрацией инструментов (концентрацией инвестиционного предложения) с существенной долей инструментов, предлагаемых иностранными институтами.

МФЦ являются не просто географической привязкой к тому или иному мировому городу с концентрацией финансовых учреждений. Это особая финансово-экономическая структура, открывающая доступ в глобальную финансовую экономику, определяющая правила игры в ней, регулирующая и контролирующая ее субъекты по аккумуляции глобальной финансовой ренты.

Большая часть финансовых центров мира располагается в развитых странах. Наиболее вероятно, что в обозримом будущем ситуация сохранится несмотря на то, что центры развивающихся стран все активнее включаются в мировую экономику. Развитые центры обладают хорошей финансовой инфраструктурой, мощным институциональным аппаратом, стабильными и четкими условиями законодательства. В других параметрах они могут сильно различаться (это может быть выраженная специализация на определенном секторе экономики, преимущества географического расположения, дающие доступ к перспективным развивающимся рынкам, значительные налоговые послабления и др.).

Финансовые центры развивающихся стран малочисленны, но зачастую обладают определенными преимуществами: доступом к высоко перспективным рынкам, дешевизной ведения бизнеса, активностью развития экономики страны базирования центра. Их недостатками зачастую являются низкий уровень человеческого развития, неразвитость не только финансовой, но даже транспортной инфраструктуры, непрозрачность и нестабильность законодательства и политических режимов, высокая коррумпированность местных чиновников.

Финансовые центры, которые сегодня наиболее активно развиваются, принадлежат к различным категориям исходя из уровня, широты и глубины их действия. Тем не менее, большую часть вновь составляют те, кто оперирует на мировом, а не локальном и региональном уровнях и обладают большой шириной и глубиной действия. Все они имеют очевидные преимущества, хотя многим в будущем придется столкнуться с проблемами разного рода, в том числе и внутригрупповой конкуренцией, основанной на географическом расположении, что особенно характерно для стран Азии.

Развивающиеся страны, такие как Бразилия, ЮАР и ОАЭ могут в будущем многократно увеличить свое влияние благодаря уникальным комбинациям географических и экономических факторов.

Несмотря на то, что первые десять мест в рейтинге GFCI стабильно занимают одни и те же центры, принимая во внимание изменения рейтинга в сравнении с предыдущим годом, можно сказать, что происходит перераспределение сфер влияния на мировом рынке. Давно известные центры постепенно уступают другим активно развивающимся регионам в абсолютных показателях, все же оставаясь при этом относительными лидерами. Так, десятка крупнейших финансовых центров по различным финансовым секторам остается практически неизменной (таблица 1).

Таблица 1 – Крупнейшие финансовые центры мира по секторам согласно GFCI 2014 и изменение позиции в сравнении с 2013 г.

Позиция	Управление инвестициями	Банковское дело	Правовое регулирование	Страхование	Профессиональные услуги
1	Нью-Йорк (+1)	Нью-Йорк	Лондон	Лондон (+2)	Лондон
2	Лондон (-1)	Гонконг (+1)	Нью-Йорк	Гонконг	Нью-Йорк
3	Сингапур	Лондон (-1)	Гонконг	Нью-Йорк (-2)	Гонконг
4	Гонконг	Сингапур	Цюрих (+2)	Сингапур	Сингапур
5	Токио	Сеул	Женева	Цюрих	Цюрих
6	Бостон (+1)	Токио	Сингапур (-2)	Бостон	Женева
7	Цюрих (-1)	Бостон	Токио	Монако (+4)	Бостон (+1)
8	Торонто (+4)	Цюрих	Франкфурт (+2)	Женева (-1)	Сидней (+3)
9	Сидней (+11)	Женева (+2)	Париж (-1)	Люксембург (+13)	Токио
10	Женева (-2)	Сан-Франциско	Сан-Франциско (+2)	Осло (+4)	Торонто

Интересно заметить, что первые четыре позиции по сферам компетенции, обеспечивающим работоспособность финансовых центров, принадлежат одним и тем же центрам по порядку (таблица 2). Изменения в рейтинге GFCI вызваны не интернальными факторами собственно центров, а развитием или отставанием соответствующих регионов в мировой экономике в целом.

Таблица 2 – Крупнейшие финансовые центры мира по сферам компетенции согласно GFCI 2014 и изменение позиции в сравнении с 2013 г.

Позиция	Человеческий капитал	Бизнес-среда	Развитие финансового сектора	Инфраструктура	Репутационные факторы
1	Лондон	Лондон	Лондон	Лондон	Лондон
2	Нью-Йорк	Нью-Йорк	Нью-Йорк	Нью-Йорк	Нью-Йорк
3	Гонконг	Гонконг	Гонконг	Гонконг	Гонконг
4	Сингапур	Сингапур	Сингапур	Сингапур	Сингапур
5	Токио (+1)	Цюрих	Токио (+3)	Токио (+1)	Токио (+2)
6	Цюрих (-1)	Токио (+2)	Цюрих (-1)	Цюрих (-1)	Цюрих (-1)
7	Бостон	Женева (-1)	Бостон	Бостон (-1)	Бостон
8	Женева	Бостон (-1)	Сеул (+7)	Женева	Женева
9	Франкфурт	Чикаго (+1)	Женева (-3)	Вашингтон (+5)	Торонто (+4)
10	Чикаго (+2)	Франкфурт (-1)	Чикаго (+1)	Чикаго (+1)	Чикаго (+1)

Таким образом, наибольший потенциал в дальнейшем развитии имеют совершенно различные финансовые центры, начиная от городов-государств, заканчивая площадками, обеспечивающими доступ к рынкам с сотнями миллионов жителей. Финансовые центры находятся на различных уровнях развития, охватывая как региональный и специализированный рынки, так и глобальные и многопрофильные. Благоприятные факторы центров тоже различаются. Для высокоразвитых стран это быстро функционирующая обширная финансовая инфраструктура, для развивающихся – доступ к незанятым рынкам и общая динамичность развития экономики страны базирования центра. Аналогичная ситуация наблюдается с негативными факторами: наиболее развитые центры испытывают недостаток скорости роста и высокую конкуренцию со стороны других крупных игроков; развивающиеся – проблемы с инфраструктурой, коррупцией, обеспечением безопасности.

Т. С. Медведкин (jenifer_p@mail.com),
д-р экон. наук, доцент, профессор кафедры
международной экономики

Донецкий национальный университет
г. Донецк, Украина

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ СТРАНЫ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ

В статье рассмотрены практические аспекты реализации стратегии инновационного развития Украины на 2010–2020 гг. в условиях глобализационных «вызовов». На основе исследования динамики количественных показателей инновационного развития страны определена эффективность внедрения мероприятий по повышению конкурентоспособности Украины в контексте усиления инновационной составляющей.

The article describes the practical aspects of implementing the strategy of innovative development of Ukraine for 2010-2020 in the conditions of globalization calls. Based on the study of the dynamics of quantitative indicators of innovative development of the country determined the effectiveness of the implementation of measures to improve the competitiveness of Ukraine in the context of strengthening the innovation component.

Проблемы конкурентоспособности государства, его экономики, жизнестойкости общества в целом становятся все более актуальными. Их значение возрастает вместе с ужесточением глобальной конкурентной среды. Глобализации свойственно не только расширение и углубление кооперации, интеграции и сотрудничества, но и наличие конкуренции, которая неразрывно сопутствует глобализационным процессам.

Одной из главных причин низкой конкурентоспособности Украины является отсутствие надежных механизмов трансформации финансовых активов в инвестиционные проекты и недостаточное финансирование образования и науки, так как оно приводит к отсутствию качественной национальной инновационной системы (НИС) и недостаточному инновационному потенциалу. Эти факторы не дают экономике Украины развиваться, что, в свою очередь, приводит к тому, что Украина является страной с неконкурентными товарами.

Вопросам разработки национальной инновационной стратегии, исследованию инноваций как фактора повышения конкурентоспособности страны в условиях глобализации мирохозяйственных связей посвящены многочисленные работы таких зарубежных экономистов, как Г. Гросман, Р. Нельсон, Дж. Собато, Т. Фридмен, Х. Чесберо, Й. Шумпетер, С. Ю. Глазьев, Л. Э. Миндели и др.

Цель работы состоит в анализе основных приоритетов стратегии инновационного развития Украины на 2010–2020 гг. в условиях глобализационных «вызовов» и инновационных показателей деятельности государства.

Ключевыми направлениями стратегической инновационной политики является определение направлений инновационного развития экономики Украины и наращивания продукции с высоким уровнем добавленной стоимости в общем объеме экспорта. В 2012 г. были внесены изменения в Закон Украины от 16 января 2003 г. № 433 «О приоритетных направлениях инновационной деятельности в Украине», в соответствии с которым приоритетными направлениями инновационной деятельности Украины на 2011–2021 гг. являются:

- освоение новых технологий транспортировки энергии, альтернативных источников энергии, внедрение энергоэффективных, ресурсосберегающих технологий;
- освоение новых технологий высокотехнологичного развития транспортной системы, ракетно-космической отрасли, авиа- и судостроения, вооружения и военной техники;
- освоение новых технологий производства материалов, их обработки и соединения, создание индустрии наноматериалов и нанотехнологий;
- технологическое обновление и развитие агропромышленного комплекса;
- внедрение новых технологий и оборудования для качественного медицинского обслуживания, лечения, фармацевтики;
- широкое применение технологий более чистого производства и охраны окружающей среды;
- развитие современных информационных, коммуникационных технологий, робототехники.

В 2011 г. общий объем финансирования инновационной деятельности составил 82 971,6 тыс. гривен, что составляет лишь 55% бюджетного финансирования инновационной деятельности по данным Государственной службы статистики Украины. Анализ распределения бюджетных средств по распорядителям показал, что в течение 2011 г. в фактическом объеме финансирования инновационной деятельности и трансфера технологий наибольшая доля приходится на Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко (67 639,4 тыс. гривен, или 81,5%).

Анализ фактического финансирования инновационной деятельности и трансфера технологий по стратегическим приоритетным направлениям инновационной деятельности в 2011 г. свидетельствует о 100%-ном использовании главными распорядителями бюджетных средств по приоритетам инновационной деятельности.

Для развития инновационной инфраструктуры (инновационных центров, технологических парков, научных парков, технополисов, инновационных бизнес-инкубаторов, центров трансфера технологий, инновационных кластеров, венчурных фондов и т. д.) Кабинетом Министров Украины была разработана Государственная целевая экономическая программа «Создание в Украине инновационной инфраструктуры» на 2009–2013 гг. с изменениями от 24 октября 2012 г. Программа направлена на развитие финансово-экономической подсистемы инновационной инфраструктуры и производственно-технологической подсистемы, а также сохранение существ-

вующего подхода к развитию инновационной инфраструктуры. Финансирование программы должно было обеспечиваться за счет средств государственного и местных бюджетов (таблица 1).

Таблица 1 – **Плановые средства на финансирование Государственной целевой программы «Создание в Украине инновационной инфраструктуры» на 2009–2013 гг., млн гривен**

Источники финансирования	Объем финансирования	2009	2010	2011	2012	2013
1. Государственный бюджет	103,92	–	–	20,38	40,17	43,37
2. Местные бюджеты	79,4	5,6	4,55	6,88	30,47	31,9
3. Другие источники	73,68	–	–	15,98	17,9	39,8

В Украине в 2009 г. была разработана стратегия инновационного развития на 2010–2020 гг. в условиях глобализационных «вызовов». Главной целью стратегии является усиление до 2020 г. влияния инноваций на экономический рост Украины в 1,5–2 раза по сравнению с 2009 г. Стратегией предусматривается в десятилетний срок добиться следующих основных приоритетов:

- адаптировать национальную инновационную систему Украины к условиям глобализации и повысить ее конкурентоспособность;
- провести четкую диверсификацию источников и механизмов финансирования в зависимости от этапов инновационного процесса;
- создать привлекательные условия для разработчика инноваций, стимулирования инновационной активности предпринимательства;
- создать эффективную централизованную государственную систему координации инновационного развития экономики.

Проведенный анализ основных приоритетов стратегии и инновационных показателей деятельности государства показывает, что Украине в период 2009–2011 гг. не удалось выполнить запланированные мероприятия (доля инновационной продукции в общем объеме промышленной продукции уменьшилась на 21%, экспорт инновационной продукции – на 4,5%, доля экспорта товаров передовых технологий в общем объеме экспорта страны – на 33,3%, количество исследователей, занятых в научно-исследовательских и опытно-конструкторских работах (НИОКР), – на 11,03%). Снижение основных инновационных показателей по стране повлияло и на прирост ВВП в целом, который даже не достиг прогнозируемого. Стратегией предполагалось, что произойдет увеличение темпов роста ВВП в рамках 1,5–4,0% благодаря росту вклада инновационного фактора. На первом этапе в течение 2009–2012 гг. планировалось преодолеть последствия кризиса и достичь макроэкономической стабильности, были разработаны сценарные варианты прироста ВВП Украины (таблица 2).

Таблица 2 – **Динамика ВВП Украины за 2009–2012 гг.**

Показатель	Сумма, млн гривен				Темп прироста за 2009–2012 гг., %	Прирост ВВП за 2009–2012 гг. (в среднем за период)	
	за 2009 г.	за 2010 г.	за 2011 г.	за 2012 г.		по инерционному сценарию, %	по инвестиционному сценарию, %
ВВП	913 345	1 082 569	1 302 079	1 408 889	0,54	1,5	4,0

Оценка динамики ВВП за 2009–2012 гг. показала, что средний рост за период составил 0,54%, тогда как в стратегии предусматривался рост по инерционному сценарию 1,5%, а по инвестиционному – 4,0%.

Таким образом, стратегия инновационного развития Украины в течение 2009–2012 гг. реализовалась неэффективно, о чем свидетельствует снижение основных инновационных показателей, а также тот факт, что в течение этого периода прирост ВВП был ниже, чем по прогнозируемым сценариям.

Процесс рыночной трансформации экономики требует постоянной адаптации институциональных связей, образующих организационную и материальную структуру экономической системы. В процессе же формирования конкурентоспособности национальной экономики особое место принадлежит технологическим преобразованиям на микроуровне. Таким образом, можно утверждать, что формирование конкурентоспособности национальной экономики характеризуется частотой и глубиной структурных преобразований, определяемых необходимостью технологического обновления производства и его приспособления к изменяющимся внутренним и внешним условиям.

ПРОБЛЕМА РЕЙДЕРСКОГО ЗАХВАТА БИЗНЕСА В ПРОЦЕССЕ БАНКРОТСТВА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АНТИРЕЙДЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В Республике Беларусь проблема рейдерских захватов бизнеса является особенно острой по причине отсутствия законодательной базы, определяющей понятие рейдерства и позволяющей защитить акционеров, собственников и инвесторов. В настоящее время наиболее распространенной схемой захвата бизнеса является схема захвата в процессе банкротства. Рейдерство и банкротство в совокупности является инструментом криминализации экономики, что наносит ущерб государству и обществу, создает угрозу безопасности страны, ввиду чего необходимо создание препятствий осуществления данной деятельности, а также организация и развитие антирейдерской деятельности.

In Belarus the problem of corporate raid attacks is particularly acute because of the lack of legislative framework defining the concept of raiding which would allow to protect shareholders, owners and investors. Currently the most common scheme of business capture is the scheme of capture in the bankruptcy process. Raiding and bankruptcy in combination is a tool of criminalization of the economy, which does damage to the state and the society, makes risks to the national security in this way there is a need in creation barriers to the implementation of these activities, as well as the establishment and development of anti-raider activity.

Проблема рейдерства насчитывает в истории сотни лет. Рейдерство зародилось в момент появления акций, которые позволили осуществлять поглощение бизнеса помимо воли руководства, однако до 1990-х гг. данное явление было крайне редким. В настоящее время проблема рейдерских захватов является весьма обсуждаемой, а ее исследование является актуальным как в теоретическом, так и в практическом аспекте.

Под рейдерством понимают общее название цепочки операций, которые с помощью уязвимостей в законодательстве позволяют овладеть капиталом (обычно предприятием). При этом совершается вывод активов из владения законных собственников [1]. На практике доказать факт рейдерства (незаконного захвата предприятия) чрезвычайно трудно, так как данный вид преступлений совершается организованными преступными группами с помощью коррумпированных контролирующих и правоохранительных органов.

Стоит отметить, что в Республике Беларусь проблема рейдерских захватов бизнеса является особенно острой по причине отсутствия в действующем национальном законодательстве законодательной базы, определяющей понятие рейдерства и позволяющей защитить акционеров, собственников и инвесторов. Можно только предполагать, что отдельные элементы рейдерства носят криминальный характер и могут преследоваться в уголовном и административном порядке. Однако другие составляющие того же рейдерства могут носить вполне легитимный характер, поскольку внешне не нарушают требований законодательства. Как комплексное явление (с его конечной целью, задачами, методами и формами, исполнителями и т. п.) рейдерство вообще законодательно не урегулировано [2].

Традиционно виды рейдерства классифицируют на основе смешанного критерия интенсивности атаки и степени нарушения законодательства. Согласно данной классификации выделяют «черное» рейдерство – криминализированный, насильственный метод захвата (подкуп, шантаж, силовой вход на предприятие, подделка реестра акционеров, уставных документов) [3]; «серое» рейдерство – сочетание формально законных и незаконных действий (форсирование принятия решений представителями судебной власти, создание атмосферы, при которой нормальное функционирование рабочего процесса становится невозможным, давление на ответственных лиц) [3]; «белое» рейдерство – действия, формально остающиеся в рамках закона (манипуляции общественным мнением, склонение на свою сторону представителей органов власти путем неформальной коммуникации) [3].

Рейдерство – малоизученное на постсоветском пространстве и постоянно развивающееся во всем мире явление, понятие, образовавшееся на стыке права и экономики. В настоящее время изобретено большое многообразие схем рейдерских захватов. Среди наиболее распространенных методов рейдерства и схем захвата можно отметить мошенничество при поглощении посредством взяток, подкупов и подделки документов, скупка акций, двойной реестр ценных бумаг, двойной менеджмент, банкротство, силовой захват, «гринмейл».

Инициирование ложных и преднамеренных банкротств – одна из часто встречающихся схем рейдерства. Рейдерский захват бизнеса в процессе банкротства происходит при помощи антикризисных управляющих, ввиду чего главной задачей рейдера является следующая: добиться назначения управляющего, деятельность которого будет направлена на удовлетворение интересов рейдера.

Особенно опасно рейдерство в процедуре санации. В национальных СМИ освещаются случаи причинения ущерба собственникам незаконными действиями антикризисных управляющих в процедуре банкротства. Так, хрестоматийным примером рейдерского захвата является банкротство ООО «BST-Ltd», в отношении которого дело о банкротстве было возбуждено на основании заявлений ненадлежащих кредиторов. Фактически в период процедуры санации предприятие стало банкротом, однако антикризисный управляющий никакой ответственности не понес [4].

Инициатором возбуждения процедуры банкротства стала ирландская оффшорная компания «Овермарс лимитед», чьи интересы в Беларуси представлял юрист ООО «Евроторг» (дочернее предприятие ЗАО «Евроопт»). Между компанией «Овермарс лимитед» и ООО «BST-Ltd» был заключен договор о совместной деятельности по розливу вина в Беларуси, согласно которому компания «Овермарс лимитед» кредитует закупку оборудования на сумму 385 тыс. долл. США, а ООО «BST-Ltd» обязуется вернуть выделенные средства с процентами за пользование в течение восьмилетнего срока и реализовывать продукцию через торговую сеть ЗАО «Евроопт».

Таким образом, процесс реализации оказался зависим от сторонней организации, заинтересованной в банкротстве предприятия. Попытка реализовать продукцию через иного контрагента привела к конфликту с компанией «Овермарс лимитед», которая заявила о расторжении сделки и потребовала возвращения вложенных средств. В суд были предъявлены требования компании «Овермарс лимитед» не на 385 тыс., а на 1,185 млн долл. США, из которых судом было признано 789,18 тыс. долл. США. В суд с требованиями также обратились и иные субъекты хозяйствования. В результате сумма требований надлежащих кредиторов, включенных в реестр, превысила 700 тыс. долл. США (или 60% от общей суммы кредиторской задолженности). Следствием установлено, что документы, на основании которых хозяйственный суд принимал решение о начале процедуры банкротства ООО «BST-Ltd», являлись подложными.

Хозяйственный суд г. Минска признал ООО «BST-Ltd» экономически несостоятельным, и для проведения санации был назначен антикризисный управляющий, действия которого в последующем были направлены на достижение банкротства завода. Осуществлялось это по достаточно простой схеме. Основной объем реализации продукции ООО «BST Ltd» был отдан четырем фирмам, которые рассчитывались с заводом не деньгами, а встречной поставкой комплектации: бутылками, пробками, упаковочными ящиками. При этом объем данной комплектации во много раз превосходил потребности завода.

По мнению обвинения, на самом деле поставок комплектации (по крайней мере в тех объемах, которые указаны в документах) не было. Все происходило лишь на бумаге, а деньги просто присваивались. Чтобы избавиться от излишне накопившейся по документам комплектации, завод поставлял ее (опять-таки только по документам) лжепредпринимательским структурам, которые просто не осуществляли расчет с предприятием. В результате завод производил продукцию, продавал ее, но денег не получал, что в результате проведения санации и привело уже к настоящему банкротству.

Рейдерство и банкротство в совокупности является инструментом криминализации экономики. Незаконные действия антикризисных управляющих наносят ущерб не только предприятию и его собственникам, но и отраслям, и экономике в целом. Криминальные банкротства способствуют захвату активов, утрате контроля над технологиями, утечке ценной информации [5]. Подобные действия наносят ущерб государству и обществу, создают угрозу безопасности страны.

В целях предупреждения рейдерского захвата при процедуре банкротства собственникам бизнеса и основным кредиторам следует обращать внимание на признаки, свидетельствующие о готовящемся рейдерском захвате:

- Рост дебиторской и кредиторской задолженностей, который особенно опасен в рамках процедуры банкротства, а именно санации. В период процедуры банкротства управляющий может создать или увеличить дебиторскую задолженность, взыскание которой не всегда реально или срок погашения которой превысил установленный. Таким образом, рост дебиторской задолженности снижает вероятность удовлетворения требований кредиторов.

- Необоснованное привлечение сторонних специалистов, за счет чего возможно увеличение расходов организации и вымывание денежных средств. Собственникам бизнеса и кредито-

рам следует обращать внимание на привлечение иных специалистов и требовать от управляющего обоснования необходимости в данных специалистах.

- Реализация имущества не на торгах или по ценам ниже оценочной стоимости без согласия суда и кредиторов.

Таким образом, чтобы избежать захвата, собственникам и кредиторам необходимо осуществлять непрерывный контроль за деятельностью руководителя организации и управляющего в случае возбуждения процедуры банкротства. Необходимо контролировать движение средств по счету, а также наличие кредиторской и дебиторской задолженностей ежемесячно.

Проблема рейдерства влияет на развитие предпринимательства, экономики и затрагивает определенные политические вопросы, поскольку мешает созданию благоприятного инвестиционного климата в государстве.

Несмотря на актуальность проблемы рейдерских захватов, как таковая антирейдерская деятельность в Республике Беларусь отсутствует, однако действующее национальное законодательство предусматривает определенные препятствия для рейдерства и некоторые «антирейдерские» механизмы.

Так, Законом Республики Беларусь от 13 июля 2012 г. «Об экономической несостоятельности (банкротстве)» № 415-3, вступившим в силу 25 января 2013 г., был установлен новый порядок назначения антикризисных управляющих в производстве по делу о банкротстве: лицо, подавшее в хозяйственный суд заявление об экономической несостоятельности (банкротстве) должника, обязано представить не менее трех кандидатур управляющего. Данный механизм в некоторой мере препятствует назначению на должность антикризисного управляющего лиц, заинтересованных в банкротстве организации, и препятствует возможности недобросовестного сговора.

Достаточно эффективно применяются процедуры, нацеленные на антирейдерское урегулирование: исключительная подсудность дела о банкротстве обеспечивает возможность контроля за деятельностью управляющего и ходом процедуры со стороны суда. Также определена ответственность за многие деяния из сферы возможного рейдерства. Уголовным кодексом Республики Беларусь установлена уголовная ответственность за различные действия, которые, как правило, совершаются при рейдерстве и составляют саму сущность рейдерства. Менее тяжкие проступки наказываются в соответствии с Кодексом Республики Беларусь об административных правонарушениях.

Определенным препятствием для рейдерского захвата является и отсутствие в Республике Беларусь развитого вторичного рынка ценных бумаг.

Однако несмотря на многообразие препятствий и антирейдерских механизмов, существует необходимость разработки законопроекта, определяющего понятие рейдерства, устанавливающего экономические механизмы препятствия рейдерским захватам, а также ответственность не только за участие в нем, но и за содействие ему.

Список литературы

1. **Бухгалтерская** энциклопедия-2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://buhgalter.academic.ru/>. – Дата доступа : 10.01.2014.
2. **Каменков, В.** Рейдерство есть. А антирейдерство? / В. Каменков // Информационный портал «Бусел» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.busel.org/texts/cat5vq/id5awc-cuh.htm>. – Дата доступа : 07.01.2014.
3. **Общественный** антикоррупционный комитет. Виды рейдерства [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.stopcorruption.ru/item_824.htm. – Дата доступа : 07.01.2014.
4. **Бехтерев, Ю.** Рейдерство в формате банкротства / Ю. Бехтерев // Белорусы и рынок. – 2008. – № 16.
5. **Мыцких, Н.** Ситуационный анализ угрозы рейдерства в контексте национальной модели консолидации активов / Н. Мыцких // Вестник Высшего Хозяйственного Суда Республики Беларусь. – 2007. – № 11.

КОРПОРАТИВНЫЕ ИМПЕРИИ КАК РЕЗУЛЬТАТ МЕЖФИРМЕННЫХ СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ: VODAFONE GROUP

В статье рассмотрены проблемы формирования специфической корпоративной структуры в современной глобальной экономике. Исследован процесс слияний и поглощений как основной способ формирования такой структуры. Проведен анализ данной проблемы на примере одной из крупнейших глобальных компаний Vodafone Group.

The article studies the problems of forming of specific corporate structure in the modern global economy. The process of mergers and acquisitions as basic method of forming of such structure is investigated. The analysis of this problem is conducted on the example of one of the largest global companies – Vodafone Group.

Основу современной мировой экономики составляет организационно-институциональная (или корпоративная) структура. Вопросам, связанным с анализом таких структур, посвящено относительно большое количество научных и методологических работ. Среди последних выделяются работы таких известных исследователей, как Э. Л. Азроянц, Г. Баккер, Т. Дж. Гилпин, П. Мороссини, М. Портер, Ю. В. Макогон, Ю. Н. Пахомов, Е. В. Савельев, И. Л. Сазонец.

Однако остается еще ряд важных неисследованных вопросов. К ним относится проблема формирования одной из специфических организационных структур, в качестве которой выступает корпоративная империя. Именно такие империи оказывают значительное воздействие на функционирование и развитие мировой экономики. Поэтому весьма важно исследовать данную проблему.

Исходя из этого, цель данной статьи заключается в анализе становления корпоративной империи Vodafone на основе межфирменных слияний и поглощений.

Анализ современной мировой экономики свидетельствует о том, что крупные компании с целью создания различных типов корпоративных структур, которые были бы более эффективными, устойчивыми, используют разнообразные способы. К таким структурам относятся корпоративные империи. Важнейшим, наиболее действенным специфическим способом их формирования являются межфирменные слияния и поглощения. Особый научный и практический интерес в этом отношении представляет деятельность британской телекоммуникационной компании Vodafone Group Plc. Такой интерес обуславливается тем, что за относительно непродолжительный период со времени своего образования (1983 г.) данная компания превратилась в одну из крупнейших корпоративных империй, функционирующую в сфере телекоммуникационных услуг. И главное, основу такого преобразования составляют непрекращающиеся процессы, серии слияний и поглощений, которые компания Vodafone Group проводит с момента своего образования и по настоящее время.

Нынешняя компания Vodafone Group Plc была основана в 1983 г. под названием Racal Telecom. После объединения с американской компанией Millicom Inc. была образована Racal-Millicom Ltd., которая, в свою очередь, была переименована в 1985 г. в Racal-Vodafone (Holdings) Ltd. [1]. В декабре 1986 г. компания Racal Electronics выкупила акции миноритарных акционеров за 110 млн фунтов стерлингов и бренд Vodafone перешел в полную собственность компании Racal в рамках подразделения Racal Telecom [2]. В сентябре 1991 г. компания Racal Telecom вышла из состава Racal Electronics под именем Vodafone Group [3]. Именно с этого времени компания Vodafone Group начинает проводить серии слияний и поглощений.

Особая роль в формировании корпоративной империи Vodafone Group принадлежит крупнейшим транснациональным сделкам по слияниям и поглощениям, или мегасделкам, стоимость которых составляет более 1 млрд долл. США (таблица 1).

Таблица 1 – Крупнейшие транснациональные слияния и поглощения корпорации Vodafone Group

Год	Поглощаемая компания	Страна	Отрасль, сфера деятельности	Стоимость, млрд долл. США
2000	Mannesmann AG	Германия	Радиотелефонные коммуникации	202,8
1999	AirTouch Communications	США	Телекоммуникационная	60,3
2000	Airtel SA	Испания	Коммуникационные услуги	14,4
2007	Hutchison Essar	Индия	Телекоммуникационная	12,7
2001	Japan Telecom, J-Phone	Япония	Телекоммуникационная	5,4
Остальные				39,8
Примечание – Составлено автором по данным UNCTAD.				

Анализ данных выявляет важные особенности слияний и поглощений, осуществляемых корпорацией Vodafone Group. Главная особенность заключается в том, что данная корпорация проводит широкую серийную экспансионистскую транснациональную деятельность на мировом рынке слияний и поглощений в сфере радио- и телекоммуникационных услуг. За относительно непродолжительный период (1999–2011 гг.) компания Vodafone Group осуществила 20 крупных сделок, мегасделок, стоимость каждой из которых превысила 1 млрд долл. США, на общую сумму почти в 336 млрд долл. США. При этом обращает на себя внимание тот факт, что корпоративную транснациональную экспансию компания Vodafone Group начала с поглощения крупнейших компаний США, Германии, Испании, Японии и Ирландии, потратив на это всего за 3 года (1999–2001 гг.) 289,8 млрд долл. США.

На основании проведенного анализа можно определенно утверждать, что на базе серийной системы слияний и поглощений к настоящему времени сложилась корпоративная империя Vodafone Group. Она относится к так называемым организационно-институциональным корпоративным империям.

Анализ выявляет важную особенность организационно-институциональной структуры корпоративной империи Vodafone Group. Такая структура представляет собой транснациональную империю. При этом наблюдается значительная и возрастающая степень транснационализации бизнеса корпорации Vodafone Group. Данная степень измеряется с помощью такого показателя, как индекс транснационализации, который исчисляется как средняя величина суммы трех отношений: объема зарубежных активов к общему объему активов компании, объема зарубежных продаж к общему объему продаж компании и количества занятых за рубежом к общему числу работников компании. По данным на 2012 г. индекс транснационализации корпорации Vodafone Group достиг уровня 90,4% (таблица 2).

Таблица 2 – Основные показатели деятельности компании Vodafone Group в 2000–2012 гг.

Показатели	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012
Общий объем активов, млрд долл.	222,3	232,9	258,6	144,4	222,6	242,4	217,0
Объем зарубежных активов, млрд долл.	221,2	207,6	247,9	126,2	204,9	224,4	199,0
Общий объем продаж, млрд долл.	11,7	42,3	62,5	39,0	59,8	71,3	70,2
Объем зарубежных продаж, млрд долл.	7,4	33,6	53,3	32,6	52,0	63,1	62,1
Общее количество занятых, тыс. чел.	29,5	66,7	57,4	63,4	79,1	85,0	86,4
Количество занятых за рубежом, тыс. чел.	24,0	56,7	46,0	53,1	68,7	65,7	78,6
Индекс транснационализации, %	81,4	84,5	87,1	85,0	88,6	86,1	90,4
Место по индексу транснационализации в мире	15-е	12-е	4-е	7-е	6-е	15-е	8-е
Примечание – Составлено автором по данным UNCTAD.							

В настоящее время корпорация Vodafone Group предоставляет различные виды услуг, в том числе услуги фиксированной и мобильной телефонной связи, интернет-услуги, услуги цифрового телевидения. Корпорация периодически увеличивает, накапливает свои активы, ресурсы. В частности, за шесть лет (2006–2012 гг.) компания увеличила все основные показатели экономической деятельности в 1,5–2 раза. И это при том, что самым успешным по всем показателям в абсолютном выражении был 2004 г. В 2006 г. в компании произошел спад, который объяснялся преимущественно завершением операции по поглощению немецкой компании Mannesmann. После этого все показатели корпорации Vodafone Group увеличивались вплоть до 2010 г. В 2010–2012 гг. происходили колебания по всем показателям, причем как в сторону увеличения, так и в сторону снижения, что можно объяснить все еще ощущающимися последствиями глобального экономического кризиса.

Однако благодаря широкой экспансионистской политике компании Vodafone Group, проводимой на основе процессов слияний и поглощений, особенно транснациональных, компания занимает ведущие места на рынке телекоммуникационных услуг. Это вторая в мире телекоммуникационная компания как по получаемой прибыли, так и по количеству обслуживаемых абонентов. Кроме того, компания Vodafone Group занимает 4-е место в мире среди телекоммуникационных компаний по объемам активов и показателю рыночной капитализации и 7-е место по объему продаж.

С точки зрения географической структуры компания Vodafone Group представляет собой мультинациональную компанию. Об этом свидетельствуют следующие данные: компания Vodafone Group владеет подразделениями более чем в 30 странах и имеет партнеров более чем

в 40 странах. Кроме того, через свое подразделение Vodafone Global Enterprise корпоративная империя Vodafone Group предоставляет телекоммуникационные и ИТ-услуги корпоративным клиентам в 65 странах, занимая по этому показателю второе место в мире. Наиболее широкую сеть филиалов и партнерств в сфере телекоммуникационных услуг корпорация Vodafone Group разместила в Европе. В частности, в 14 странах зарегистрированы мажоритарные филиалы компании, в 25 странах корпорация Vodafone Group располагает партнерскими сетями, в том числе в Украине [4]. В целом, корпорация Vodafone Group самостоятельно или через партнеров представлена более чем в 80 странах мира.

Завоевав достаточно прочные позиции на мировом рынке телекоммуникационных услуг, корпорация Vodafone Group продолжает проводить наступательную политику на основе слияний и поглощений. В частности, в апреле 2013 г. компания полностью поглотила другую британскую телекоммуникационную компанию Cable & Wireless Worldwide PLC, потратив на это 1,04 млрд фунтов стерлингов [4], в июне корпорация Vodafone Group объявила о достижении договоренности о поглощении немецкой компании Kabel Deutschland (одного из крупнейших немецких кабельных операторов) за 7,7 млрд евро [5], в октябре корпорация Vodafone Group объявила о своих планах относительно выкупа у миноритарных акционеров доли в своем подразделении Vodafone India более чем за 2 млрд долл. США [6].

Исследование выявляет примечательные особенности в развитии и функционировании компании Vodafone Group: по мере расширения и укрепления позиций компании Vodafone Group на мировых рынках телекоммуникационных услуг, повышения ее авторитета среди крупнейших корпораций иностранные транснациональные корпорации стремятся проникнуть в ее организационную структуру различными способами, в том числе путем приобретения некоторых ее подразделений, на основе формирования совместных предприятий, заключения определенных соглашений и т. д. Некоторые же крупнейшие компании стремятся поглотить компанию Vodafone Group. В частности, с 2013 г. крупнейший оператор сотовой связи США AT&T рассматривает возможность поглощения британской компании. Подобное стремление имеет и другая крупная американская компания Verizon Communications, которая являлась партнером компании Vodafone Group на совместном предприятии Verizon Wireless.

Таким образом, в результате широкомасштабной системы слияний и поглощений многочисленных экономических объектов, проведенных компанией Vodafone Group, формируется особая организационная структура – корпоративная империя, включающая значительное количество филиалов, дочерних компаний, межфирменных союзов, располагающая огромными ресурсами, активами, размещенными во многих странах мира. Благодаря этому компания Vodafone Group стала одной из крупнейших компаний, лидером, она занимает ведущие прочные позиции на мировом рынке телекоммуникационных услуг. Став таковой, компания Vodafone Group не прекращает свои операции на рынках слияний и поглощений, продолжает осуществлять и планировать на будущее сделки на различных рынках слияний и поглощений, и в первую очередь на транснациональных. Корпорация Vodafone Group завоевала значительный авторитет среди компаний в сфере телекоммуникационных услуг и становится привлекательным объектом для приобретения ее собственных организационных структур и даже самой корпорации.

Список литературы

1. **Racal** Calls up Vodafone // Electronics & Power. – 1984. – Apr. – P. 268.
2. **Eadie, A.** Racal pays £110 million to own Vodafone / A. Eadie // The Times. – 1986. – Dec. 30.
3. **Wise, D.** Vodafone's solo debut could boost share price / D. Wise // The Guardian. – 1991. – Sept. 16.
4. **Официальный** сайт компании Vodafone Group [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.vodafone.com/content/index/about/about-us/where.html>.
5. **Vodafone** agrees 7.7bn-euro deal to buy Kabel Deutschland [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.bbc.co.uk/news/business-23026955>.
6. **Vodafone** plans \$2 billion investment to raise stake in Indian unit [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://uk.reuters.com/article/2013/10/07/uk-vodafone-india-idUKBRE9960QF20131007>.

М. В. Тимошенко (mv_timoshenko@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент, заведующий кафедрой
мировой и национальной экономики

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

РАЗВИТИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОСЛЕДСТВИЙ МИГРАЦИИ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ

Статья посвящена теоретическим аспектам влияния миграции трудовых ресурсов на социально-экономическое развитие общества. Последствия трудовой миграции анализируются для эмиграционных и иммиграционных стран на макро- и микроуровне.

The article is devoted to theoretical aspects of the impact of labour migration on the socio-economic development of society. The consequences of labour migration are analyzed for the emigration and immigration countries at the macro- and micro levels.

Понимание последствий влияния передвижения трудоспособного населения на характер и темпы социально-экономического развития общества является основой для эффективного регулирования миграции трудовых ресурсов, что предопределяет особое внимание ученых к данным аспектам.

Попытки теоретического осмысления воздействия миграции на развитие экономики предпринимались в рамках различных научных школ. Представители меркантилизма, анализируя миграцию, характеризовали ее как «источник процветания и силы государства», что позволило им аргументировать необходимость привлечения иностранных работников и ограничения эмиграции. Мальтузианцы придерживались мнения, что мигранты не могут повысить заработную плату в покидаемой ими стране в силу того, что выезжают те слои населения, заработная плата которых «так недостаточна, что порождает лишения и страдания» [1, с. 30–33]. В рамках классического подхода перемещение рабочей силы рассматривалось во взаимосвязи с движением капитала. Автор А. Смит утверждал, что отсутствие препятствий со стороны государства для свободного «перелива» факторов производства приводит к «равенству выгод и невыгод различных применений труда и капитала в одной и той же местности» и в целом максимально способствует экономическому развитию и сокращению бедности [2, с. 179–187].

Согласно неоклассической теории (О. Левис, М. Тодаро) миграция трудовых ресурсов вызвана географическими различиями конъюнктуры на рынках труда. Поскольку иностранцы склонны соглашаться на работу за более низкую заработную плату, то их приток увеличивает занятость в стране при снижении уровня оплаты труда. Разница в заработной плате заставляет двигаться работников из низкооплачиваемых регионов в места с высокой оплатой труда. От перемещения выигрывают мигранты, наниматели, а также экономика принимающего региона в целом за счет роста общественного производства. И несмотря на то, что в стране-доноре наблюдается сокращение объемов выпуска продукции, заработная плата работников увеличивается, т. е. перераспределение трудовых ресурсов приводит к более эффективному их использованию в международном масштабе.

Проводимые эмпирические исследования подтверждают парадоксальный факт, что массовый приток иностранных работников почти не снижает заработную плату в принимающем регионе и не приводит к росту безработицы [3, с. 126–128]. В качестве одного из объяснений противоречий между теоретическими изысканиями неоклассиков и действительностью рассматривается тяготение потоков мигрантов в направлении территорий с расширяющимся рынком труда, где одновременный рост спроса и предложения рабочей силы не снижает уровень заработной платы. Попытки объяснить незначительное влияние миграции трудовых ресурсов на заработную плату осуществлялись в рамках теорий сегментированного рынка труда, принимающих во внимание дифференциацию работников по уровню квалификации и образования.

В 1970-е гг. сформировалась теория исторического структурализма, представители которой (С. Кастлес, П. Стокер) подчеркивают роль уровня индустриального развития некоторых стран и государственного регулирования трудовых потоков. В рамках этого подхода миграция рассматривается как источник пополнения дешевой рабочей силы. Поддерживая и используя разрыв в уровне развития, передовые страны увеличивают свое богатство за счет привлечения трудовых ресурсов из менее развитых государств [4, с. 94–117, 178–194; 5, с. 34–36]. В рамках теории «процветания» Дж. Саймон и А. Акбари пришли к заключению, что увеличение населе-

ния позитивно сказывается на развитии экономики отдельного государства и мировой экономической системы в целом. Ценность производимой мигрантами продукции, объемов потребительских расходов и налоговых выплат превышает стоимость услуг, предоставляемых им в принимающем регионе, что придает ему положительный импульс развития [6, с. 84–85].

Таким образом, в результате краткого аналитического обзора теоретических подходов можно заключить, что в целом миграция трудовых ресурсов оценивается положительно. Однако, по нашему мнению, последствия миграции неоднозначны и варьируются в зависимости от дифференциации ее направлений, интенсивности, структуры, а также от продолжительности существования устойчивых потоков, что находит подтверждение в последнее десятилетие в европейских государствах.

На наш взгляд, воздействие миграции на жизнь общества с течением времени трансформируется (например, первоначальные положительные эффекты для развития страны-донора постепенно нивелируются, и все более значительной становится упущенная выгода от недоиспользования трудового потенциала). В этой связи целесообразно дифференцировать последствия трудовой миграции для двух типов стран (отдающих и принимающих рабочую силу) на положительные и отрицательные, на макро- и микроуровне, а также учитывать трансформацию положительных эффектов и издержек миграции в долгосрочном периоде. Подобный подход в исследовании последствий территориальных перемещений населения, учитывающий продолжительность сформировавшихся миграционных традиций, по нашему мнению, является весьма важным с позиции совершенствования регулирования данной сферой, поскольку акцентирует внимание не только на возможности получения краткосрочных позитивных эффектов для развития страны, но и нацеливает на выработку последовательной миграционной политики в долгосрочной перспективе, что немаловажно в решении проблем стратегического планирования развития экономики и общества.

Полагаем, что определяющее значение для обеспечения благоприятного соотношения положительных и отрицательных последствий миграции имеет способность национального хозяйства к эффективному использованию трудовых ресурсов. Ключевым критерием положительного воздействия миграции на экономику страны является соответствие территориального и межотраслевого распределения трудовых ресурсов, обладающих необходимым уровнем квалификации, потребностям национальной хозяйственной системы для обеспечения ее устойчивого развития. Положительный эффект привлечения в экономику внешних мигрантов выражается в дополнительно произведенной ими стоимости валового внутреннего продукта.

На наш взгляд, в условиях структурной трансформации экономики в связи с меняющимися потребностями производства мобильность населения является предпосылкой наиболее полного использования трудового потенциала страны, поскольку способствует «переливу» работников из трудоизбыточных районов в те, где спрос на труд превышает предложение. Вместе с тем, на наш взгляд, миграция из трудоизбыточных регионов является благом лишь в том случае, если в нее вовлекается незанятая или неэффективно занятая часть населения. Если же в силу, к примеру, низкой мотивации труда (характерной для регионов с избытком рабочей силы) уезжают востребованные и высококлассные специалисты, то потери весьма велики и связаны как с утратой человеческого капитала, так и с неизбежными расходами по обучению, профессиональной подготовке и переподготовке работников, занимающих освободившиеся места на «первичном» рынке труда.

Международные миграции зачастую обусловлены профессионально-отраслевыми диспропорциями, обнаруживающимися, в частности, в поляризованности спроса на высоко- и низкоквалифицированную рабочую силу. Привлечение квалифицированных кадров позитивно влияет на развитие новейших отраслей и в целом на экономический рост. Государства-реципиенты фактически остаются в долгу у налогоплательщиков стран исхода мигрантов за подготовку существенной части их работников [7, с. 194]. Массовый выезд за рубеж ученых, инженеров, врачей негативно сказывается на научно-техническом и инновационном развитии страны-донора, деятельности высокотехнологичных отраслей экономики, а также таких важных сфер, как наука, образование, культура и здравоохранение. Государство несет неоплачиваемые расходы на производство человеческого капитала, который впоследствии в результате эмиграции используется на благо другой страны. Необходимо отметить, что страны, экспортирующие труд, получают дополнительный источник пополнения национального дохода в форме поступлений денежных средств, высылаемых эмигрантами на родину. Автор Р. М. Супрунович приводит результаты исследований, в соответствии с которыми увеличение в среднем на 10% доли международных эмигрантов в населении страны снижает число малообеспеченных жителей на 1,6% [8, с. 62]. Важно также учитывать мультипликативный эффект за счет дополнительного потребления товаров и услуг семьями, получающими трансферты из-за границы.

Мигранты в силу высокой степени пассионарности в большей степени склонны к риску. Это служит одной из предпосылок развития малого бизнеса. Так, по данным Международной организации труда, бизнес, созданный в Германии турецкими мигрантами, привел к образованию 300 тыс. рабочих мест [9, с. 46]. Важно упомянуть о преимуществах возвратной миграции, заключающихся в росте предпринимательской активности у бывших мигрантов, повышении их квалификационного уровня, дополнительном образовании и приобретении новых навыков работы.

Эмиграция существенно облегчает нагрузку на бюджет страны-донора, поскольку с государства снимаются расходы по предоставлению медицинских и образовательных услуг, выплате пособий и частично пенсий. При этом страна лишается части налоговых поступлений от доходов трудоспособных граждан. Страна-реципиент несет расходы на реализацию социальных, языковых программ, позволяющих приезжим адаптироваться и интегрироваться в новую социальную среду. Однако по расчетам европейских ученых баланс между налоговыми выплатами и расходами на социальное обеспечение мигрантов, прибывших в возрасте 11–48 лет, является положительным [3, с. 129].

Исследуя перемещения трудовых ресурсов на микроуровне, целесообразно рассмотреть их воздействие на социально-экономическое положение мигрантов и их семей. Исходным пунктом разработанных в контексте территориальных перемещений населения моделей человеческого капитала является предположение о том, что вложения в осуществление миграции являются одним из способов развития человеческого капитала. Перемещение, связанное с реализацией трудовой активности, осуществляется на основе ожидания получения определенного набора благ и сопровождается материальными и психологическими издержками для мигранта и членов его семьи. Индивид мигрирует, стремясь повысить жизненный уровень, увеличив доход и улучшив условия труда. Однако при этом мигрант и члены его семьи несут расходы, связанные с получением информации, переездом, поиском жилья и новой работы, изучением и совершенствованием знания иностранного языка, ощущают психологический дискомфорт от смены привычного уклада жизни и разлуки с близкими и родственниками, при миграции за рубеж испытывают так называемый «культурный шок». Выгоды от миграции тем выше, чем больше разница в доходах и чем легче найти новую работу в принимающем регионе. При неудаче в трудоустройстве или неудовлетворенности новым положением мигрант вынужден вернуться к прежнему месту жительства, понеся значительные некупаемые материальные расходы и психологические издержки. На наш взгляд, отрицательные последствия от миграции могут сложиться и в случае благополучного переезда и трудоустройства. Речь идет о негативном влиянии отрыва от семьи – отложенных рождениях, разрыве семейных отношений и высоком количестве расторгнутых браков.

Таким образом, миграция, с одной стороны, является фундаментальным фактором развития государства, экономики, социальной сферы, демографической базы, культуры, а с другой – создает объективные угрозы на макроуровне. Очевидно, что двойственность воздействия миграции трудовых ресурсов порождает противоборство интересов в обществе (занятого населения, предпринимателей, правозащитных организаций, государственных структур и др.). Это изначально обуславливает необходимость формирования гибкой системы регулирования данной сферой. Амбивалентный характер последствий миграции трудовых ресурсов предопределяет дифференциацию целей регулирования, национальных приоритетов и организационно-экономических рычагов воздействия на данное явление в различных странах в соответствии со сложившимися конкретными условиями, реальными и потенциальными проблемами, а также предполагает системность и комплексность при реализации мероприятий по управлению потоками трудовых ресурсов, обеспечивающие тесное взаимодействие с международной и внутригосударственной нормотворческой деятельностью, проводимыми программами во внешнеполитической, социальной, образовательной, технологической, демографической и экологической сферах.

Список литературы

1. **Мальтус, Т.** Опыт о законе народонаселения / Т. Мальтус // Антология экономической классики. В 2 т. Т. 2 / предисл. И. А. Столярова. – М., 1991. – С. 3–134.
2. **Смит, А.** Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит ; пер. с англ. и предисл. В. С. Афанасьева. – М. : Эксмо, 2009. – 960 с.
3. **Угур, М.** Этика, экономика и управление свободным передвижением людей / М. Угур // Миграции без границ: эссе о свободном передвижении людей / под ред. А. Пеку, П. Гюштенера. – М. : Адамантъ, 2009. – 291 с.
4. **Castles, S.** The age of migration / S. Castles, M. Miller. – London : Macmillan Press, 2003. – 333 p.

5. **Stalker, P.** Work of strangers: a survey of international labour migration / P. Stalker. – Geneva : ILO, 1994. – 327 p.
6. **Simon, J.** Determinants of welfare payment use by immigrants and natives in the United States and Canada / J. Simon, A. Akbari // Immigrants and immigration policy: individual skills, family ties and group identities. – Greenwich, 1996. – P. 84–102.
7. **Глушченко, Г.** Воздействие миграции квалифицированных работников на мировое экономическое развитие / Г. Глушченко // Общество и экономика. – 2005. – № 3. – С. 174–207.
8. **Супрунович, Р. М.** Трудовая миграция в мировой экономике / Р. М. Супрунович ; под науч. ред. В. Ф. Медведева. – Минск : Право и экономика, 2006. – 198 с.
9. **В поисках** достойной работы – права работников-мигрантов: руководство для членов профсоюза. – М. : МОТ, 2010. – 137 с.

И. П. Трусевич (innatrusevich@gmail.com),
аспирант

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ПРЕДПОСЫЛКИ ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ НА ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

В статье рассмотрено понятие региональной интеграции как активного субъекта международных экономических отношений. Выявлены предпосылки создания интеграционных объединений на примере Таможенного союза и Единого экономического пространства Республики Беларусь, Российской Федерации и Республики Казахстан. Проанализированы основные макроэкономические показатели интегрирующихся стран. Рассмотрены преимущества от участия в объединении.

The article discusses the concept of regional integration as an active subject of international economic relations. Pre-conditions for creating integration associations on example of the Customs Union and the Common Economic Space of the Republic of Belarus, Russian Federation and the Republic of Kazakhstan. Analyzed the main macroeconomic indicators of the integrating countries. The advantages of participation in the union was considered.

Региональные экономические объединения являются важнейшими компонентами глобального развития, создают дополнительные возможности для либерализации внешнеэкономической деятельности, движения всех факторов производства в международной экономике и позволяют более эффективно организовать хозяйственную деятельность в определенном регионе в условиях глобализации [1]. Заинтересованность во включенности в интеграционные процессы обуславливается желанием присоединяющихся стран получить определенные экономические выгоды от интеграции, укрепить конкурентные позиции в международном разделении труда, выйти на новые рынки и получить более выгодные условия для развития и укрепления внешне-торговых отношений со странами-партнерами [2]. Соответственно, представляется актуальным вопрос изучения предпосылок создания региональных интеграционных объединений и преимуществ от участия в них.

Вопросы интеграции и регионализации рассмотрены в трудах зарубежных и отечественных исследователей, таких как М. В. Мясникович, Е. Винокуров, А. Либман, И. С. Турлай, Н. Н. Шумский, В. Н. Харламова, В. Б. Мангусов, Л. П. Евстигнеева, Р. Н. Евстигнеев, К. Г. Шерязданова, Н. Н. Ливенцева, Б. О. Парохонский. Значительный вклад в разработку концепции интеграции постсоветских государств внесли такие известные экономисты, как Ю. А. Борко, Е. Ф. Авдокушин, А. Н. Барковский, С. П. Глинкина, М. Г. Делягин, Н. П. Шмелев и др. Большое количество научных трудов по представленной тематике свидетельствует об актуальности рассматриваемого вопроса, что и обусловило выбор темы настоящей статьи.

Региональная интеграция государств – это процесс сближения и взаимодействия национальных хозяйств, формирования региональных экономических группировок. В основе региональной интеграции лежат естественные процессы усиления взаимозависимости национальных хозяйственных систем с целью устранения национальных барьеров на пути взаимного торгового и инвестиционного взаимодействия при обеспечении равных условий функционирования хозяйствующих субъектов государств. На основе согласования, унификации и гармонизации бюджетной, налоговой, валютной политики создается единое экономическое пространство [3]. В случае интеграции понятие «региональная» обозначает не только географические границы,

но и сложившуюся территориальную общность соседствующих стран, входящих в один регион, предполагающую сходство их экономико-географических и хозяйственно-культурных комплексов, демографических структур, истории и т. д. Экономическое объединение таких стран означает формирование региональных экономических блоков – регионализацию мировой экономики. Данные региональные объединения выступают как политико-экономические образования, формируемые с учетом тенденций и требований времени, и активно используют возникающие преимущества «экономики масштаба», создают демонстрационный эффект и эффект «домино». По мнению ряда ученых, такие региональные объединения уже в ближайшем будущем окажутся в ряде случаев более эффективными субъектами международных экономических отношений, чем государства, так как будут способны обеспечить формирование полицентрического, более стабильного, чем ныне, миропорядка [1].

Примерами интеграционных объединений являются Таможенный союз и Единое экономическое пространство (ЕЭП) Республики Беларусь, Российской Федерации и Республики Казахстан. Отличительной особенностью данного интеграционного объединения является его реально работающая структура и результативность, в отличие от предшествующих инициатив стран СНГ [4]. Каждая из стран-участниц СНГ понимает важность партнерских союзов для эффективного функционирования в глобальном экономическом пространстве. Это выражается тем, что интеграционные процессы на постсоветском пространстве в настоящее время идут в направлении Единого экономического пространства и формирования Евразийского экономического союза [5]. ЕЭП предполагает обеспечение четырех свобод (движения товаров, капиталов, услуг и рабочей силы) на единой территории и координацию экономической политики государств-членов в отношении макроэкономики, финансового сектора, транспорта, энергетики, промышленности, агропромышленного комплекса, торговли и др.

Единое экономическое пространство предоставляет его участникам возможности интенсивного экономического развития, преимущества и перспективы выхода на новые рынки с традиционными и инновационными товарами и услугами, расширение доступа к ресурсам, в том числе финансовым, развитие человеческого капитала [6].

Соответственно, к основным *предпосылкам* формирования Таможенного союза и Единого экономического пространства, а в дальнейшем и Евразийского экономического союза, относятся следующие:

- Страны ЕЭП обладают значительным ресурсным потенциалом (население около 170 млн человек, 15% мировой суши).
- Территориальная близость государств, наличие общей границы (для решения транспортных, языковых вопросов и т. п.), глубокое проникновение в массы коренного населения в каждой из бывших союзных республик представителей других национальностей.
- Примерно одинаковый уровень экономического развития интегрирующихся стран по основным макроэкономическим показателям, что отражает таблица [7–11]. Показатель устойчивого финансового положения характеризуется показателем дефицита государственного бюджета. В трех странах существует профицит бюджета. Отмечается относительная стабильность цен, которая обеспечивает снижение уровня инфляции: по данным на 2013 г. в Беларуси индекс потребительских цен составил 118,9 %, Казахстане – 106,1, России – 106,8%.

Основные макроэкономические показатели стран ЕЭП в 2013 г.

Показатель	Российская Федерация	Республика Беларусь	Республика Казахстан
Население, млн чел.	143,30	9,47	17,15
Уровень безработицы, %	5,4	0,5	5,2
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата, долл. США	1002,20	525,72	687,00
ВВП, %	101,3	100,9	105,7*
Индекс потребительских цен**	106,8	118,9	106,1
Рейтинг страны по индексу развития человеческого потенциала***	66	65	68
Численность пенсионеров на 1 000 человек населения ***	281	263	148
Превышение расходов консолидированных бюджетов над доходами (дефицит (-)), доходов над расходами (профицит), % к доходу***	4,1	7,2	32,1

Примечание – Разработано на основании данных национальных статистических комитетов.
* Данные за январь – июнь 2013 г.
** Сведения за январь – октябрь 2013 г.
*** Информация за 2012 г.

- Совместимость хозяйственных механизмов. Главным условием объединения является одинаковый тип хозяйственной системы, основанный на сопоставимом многообразии отношений собственности даже при довольно значительных различиях в уровнях экономического развития сфер, секторов и сегментов хозяйств [9].

- Технологическая общность производства, одинаковый и относительно невысокий (по мировым меркам) технический уровень производства, единство применяемых технических стандартов.

- Единство сетей коммуникации.

- Социально-экономическая и правовая однородность.

- Общность стоящих проблем и задач. Каждая из участвующих в интеграционном процессе стран имеет свои собственные интересы и рассчитывает на решение определенных проблем. Так, в большинстве своем, страны ЕЭП стремятся повысить эффективность функционирования национальных экономик за счет ряда факторов, возникающих в ходе развития регионального международного обобществления производства, использования преимуществ объединенных рынков; получить доступ на зарубежный рынок сбыта, а также к более дешевым производственным ресурсам, увеличить объемы внешней торговли; использовать преимущества «экономики масштаба», сократить транзакционные издержки; создать благоприятную внешнеполитическую среду, стабильную обстановку, решить задачи торговой политики; осуществлять обмен передовым опытом в области рыночных реформ для поддержания и развития национальных отраслей производства; содействовать структурной перестройке национальной экономики, ускорить темпы ее роста; привлечь прямые зарубежные инвестиции из партнерских и третьих стран; укрепить сотрудничество в культурной, научной, социальной и политической областях; увеличить влияние на мировой политической и экономической арене, так как к мнению подобных сообществ прислушиваются гораздо больше, чем к отдельным странам.

- Общие для всех бывших союзных республик трудности выхода на западные рынки, проблемы взаимодействия с рядом международных экономических организаций.

- Схожий политический курс, желание осуществить интеграционный процесс.

Участие Беларуси, России и Казахстана в активных интеграционных процессах в рамках Таможенного союза и Единого экономического пространства позволяет странам получать следующие преимущества [3]: обеспечение более широкого доступа ко всем типам ресурсов в масштабах региона; возможность производства продукции в расчете на рынок всей интеграционной группировки; защита национальных фирм от третьих стран, формирование привилегированных условий их развития; возможность совместного решения социальных, экономико-политических проблем; повышение эффективности национального производства ввиду усиления конкуренции между предприятиями интегрирующихся стран; стабилизация развития взаимной и улучшение результатов внешней торговли; возможность использования преимуществ национальных экономик для расширения масштабов рынка сбыта, поддержки своих производителей, сокращения межгосударственных торговых издержек; обеспечение инвестиционной привлекательности, привлечения иностранных инвестиций за счет эффекта расширения экономического пространства, улучшения имиджа на мировой арене.

Таким образом, участие стран в ЕЭП можно рассматривать как этап перехода к более продвинутым формам взаимодействия и сотрудничества, позволяющим провести структурную перестройку национальных экономик и экономические реформы, создать развитую рыночную инфраструктуру. На наш взгляд, экономическая интеграция Беларуси, России и Казахстана имеет большой практический смысл, особенно для роста товарооборота и расширения рынков сбыта и позволяет получать реальные экономические выгоды, а также развивать внешнеторговые отношения.

Список литературы

1. **Евстигнеева, Л. П.** Стратегический выбор типов экономического роста / Л. П. Евстигнеева, Р. Н. Евстигнеев. – М. : ИЭ РАН, 2008. – 51 с.
2. **Турлай, И. С.** Воздействие региональной экономической интеграции на привлечение прямых иностранных инвестиций / И. С. Турлай // Бел. экон. журн. – 2012. – № 1. – С. 82–96.
3. **Шеръязданова, К. Г.** Современные интеграционные процессы : учеб. пособие / К. Г. Шеръязданова. – Астана : Акад. гос. упр. при Президенте Респ. Казахстан, 2010. – 107 с.

4. **Винокуров, Е.** Две евразийские интеграции / Е. Винокуров, А. Либман // *Вопр. экономики*. – 2013. – № 2. – С. 47–68.
5. **Теюбов, Р. Т.** Экономические предпосылки для формирования единого экономического пространства стран-экспортеров энергетических ресурсов СНГ / Р. Т. Теюбов // *Вестн. Гродн. гос. ун-та им. Я. Купалы. Сер. 5 : Экономика. Социология. Биология*. – 2013. – № 2. – С. 70–75.
6. **Мясникович, М. В.** Вектор перспективы / М. В. Мясникович // *Бел. экон. журн.* – 2013. – № 2. – С. 4–17.
7. **Иншакова, Е. И.** Механизм межрегиональной экономической интеграции в СНГ / Е. И. Иншакова // *Вестн. ВГУ*. – 2004. – № 2.
8. **Агентство** Республики Казахстан по статистике [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.stat.kz/>. – Дата доступа : 08.01.2014.
9. **Национальный** статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа : 10.01.2014.
10. **Федеральная** служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.gks.ru/>. – Дата доступа : 10.01.2014.
11. **Беларусь** и страны СНГ : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2012. – 181 с.

В. А. Шлаканева (shlakaneva_vict@yahoo.com),
ассистент кафедры экономики

*Белгородский университет
кооперации, экономики и права
г. Белгород, Российская Федерация*

ФАКТОРЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И ПОДХОДЫ К ИХ ОПРЕДЕЛЕНИЮ

В статье рассмотрены существующие подходы к определению факторов, оказывающих влияние на изменение уровня конкурентоспособности. На основе изучения мнений зарубежных ученых предполагается выявление наиболее значимых факторов для обеспечения высокой конкурентоспособности хозяйствующих субъектов на мировом рынке.

The article discusses the existing approaches to identify the factors that influence the change in the level of competitiveness. Based on a study of opinions of foreign scientists supposed to identify the most significant factors for the high competitiveness of economic entities in the world market.

В научных публикациях различных авторов до сих пор не прослеживается единой формулировки сущности конкурентоспособности и факторов, ее определяющих.

Под факторами, определяющими конкурентоспособность, мы понимаем те явления и процессы хозяйственной деятельности, которые вызывают изменение уровня конкурентоспособности. Факторы могут воздействовать как в сторону повышения конкурентоспособности, так и в сторону уменьшения.

Факторы определяют средства и способы использования потенциала конкурентоспособности. Получение конкурентного преимущества на основе факторов зависит от того, насколько эффективно они используются и где, в какой отрасли они применяются. С целью лучшего понимания факторов конкурентоспособности следует изучить их основные классификации, существующие в современной экономической теории.

Фундаментальное исследование факторов конкурентоспособности было проведено в работах американского ученого Майкла Портера [1].

Наиболее рациональная модель пяти сил М. Портера изображена на рисунке.

Факторы конкурентоспособности понимаются М. Портером как «одна из четырех основных детерминант конкурентного преимущества наряду со стратегией фирмы, ее структурой и конкурентами, условиями и наличием родственных или смежных предприятий отрасли, конкурирующих на рынке» [1].



Факторы конкурентоспособности М. Портер напрямую связывал с факторами производства: людские ресурсы (количество, квалификация и стоимость рабочей силы); физические ресурсы (количество, качество, доступность и стоимость участков, воды, полезных ископаемых, лесных ресурсов, источников гидроэлектроэнергии, рыболовных угодий); климатические условия и географическое положение страны базирования организации; ресурсы знаний (сумма научной, технической и рыночной информации, влияющей на конкурентоспособность товаров и услуг и сосредоточенной в академических университетах, государственных отраслевых научно-исследовательских институтах, частных исследовательских лабораториях, банках данных об исследованиях рынка и других источниках); денежные ресурсы (количество и стоимость капитала, который может быть использован на финансирование организации); инфраструктура (тип, качество имеющейся инфраструктуры и плата за пользование ею, влияющие на характер конкуренции).

Все факторы конкурентоспособности организации М. Портер предлагает делить на несколько типов.

Прежде всего они могут быть основными и развитыми.

Основные факторы охватывают природные ресурсы, климатические условия, географическое положение страны, неквалифицированную и полуквалифицированную рабочую силу.

Развитые факторы включают современную инфраструктуру обмена информацией, высококвалифицированные кадры, использование высокотехнологичных производств.

Необходимо отметить, что деление факторов на основные и развитые весьма условно.

Основные факторы существуют объективно, иногда для их создания требуются незначительные государственные и частные инвестиции. Как правило, создаваемое ими преимущество нестойко, а прибыль от использования низка.

Особое значение они имеют для добывающих и перерабатывающих отраслей, где в основном применяется стандартизованная технология.

Гораздо большее значение для обеспечения конкурентоспособности имеют развитые факторы. Условием их создания является использование высококвалифицированных кадров и наукоемких технологий. Развитые факторы часто строятся на базе основных факторов, т. е. не являются источником конкурентного преимущества. В то же время основные факторы должны быть достаточно качественными, чтобы на их базе создать родственные развитые факторы.

Другим принципом деления факторов является степень их специализации. В соответствии с этим все факторы конкурентоспособности делятся на общие и специализированные. Общие факторы, к которым относятся инфраструктура, персонал с высшим образованием, могут использоваться в широком спектре отраслей. Специализированные факторы – это узкоспециализированный персонал, специфическая инфраструктура, базы данных в отдельных отраслях знаний, другие факторы, применяемые в одной или ограниченном числе отраслей.

Общие факторы, как правило, дают конкурентные преимущества ограниченного характера. Они имеются у значительного количества субъектов экономики.

Специализированные же факторы, которые порой основываются на общих, образуют более солидную долговременную основу для обеспечения конкурентоспособности организации. Финансирование создания этих факторов более целенаправленное и часто более рискованное.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в наибольшей степени повышение уровня конкурентоспособности организации возможно при наличии развитых и специализированных факторов, а конкурентное преимущество, основывающееся на совокупности основных и общих факторов, – это преимущество низкого порядка, имеющее непродолжительный и неустойчивый характер.

Способ классификации факторов конкурентоспособности организации по М. Портеру заключается в делении их на естественные (природные ресурсы, географическое положение) и искусственно созданные (техника, технология, экономическая среда).

Внутренние факторы – это объективные критерии, которые определяют возможности по обеспечению собственной конкурентоспособности.

Внешние факторы – социально-экономические и организационные отношения, позволяющие организации создать товар, являющийся по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательным.

В настоящее время на первый план в мировой конкурентоспособности выходят неценовые факторы, из которых важнейшее значение приобретают качество работы организации, применение новых технологий, наукоемкость и интеллектоемкость. Поэтому большинство стран мира обеспечивают повышение своей конкурентоспособности за счет использования инноваций, разработки высокотехнологичных продуктов, создание которых невозможно без развития научно-технического потенциала.

В последние годы большое значение в обеспечении конкурентоспособности организаций приобретает экологический фактор. Более жесткие экологические стандарты, возрастающие требования к качеству товара и одновременно более острая конкуренция на мировом рынке заставляют компании при разработке новых изделий использовать принципы предупреждения загрязнений в комплексе с экологическим самоконтролем. В связи с этим важной задачей является совершенствование рыночных механизмов таким образом, чтобы экологические издержки включались в себестоимость выпускаемой продукции. Цены на товары и услуги должны учитывать экологический фактор их производства, а также использования, дальнейшей утилизации, удаления отходов и рециркуляции.

По мнению французских экономистов А. Оливье, А. Дайана и Р. Урсе, сталкиваясь с международной и внутренней конкуренцией, организация должна обеспечить себе уровень конкурентоспособности по следующим факторам: концепция товара и услуги, на которой базируется деятельность предприятия; качество, выражающееся в соответствии продукта товарам рыночных лидеров и выявляемое путем опросов и сравнительных тестов; цена товара с возможной наценкой; финансы (как собственные, так и заемные); торговля (коммерческие методы и средства деятельности); послепродажное обслуживание, обеспечивающее предприятию постоянную клиентуру; внешняя торговля предприятия, позволяющая ему позитивно управлять отношениями с властями, прессой и общественным мнением; предпродажная подготовка, которая свидетельствует о способности не только предвидеть запросы будущих потребителей, но и убедить их в исключительных возможностях предприятия удовлетворить эти потребности.

Подводя итоги, следует подчеркнуть, что модель пяти сил, влияющих на конкуренцию, наиболее часто применяемая в современных исследованиях, по нашему мнению, не является совершенной, так как она не показывает, как в перспективе будет развиваться ситуация в конкурентной среде. Но данная модель считается наиболее полной и исчерпывающей в отношении исследования факторов, влияющих на конкурентоспособность организации.

Кроме того, особое внимание следует уделить внутренним и внешним факторам, оказывающим влияние на уровень конкурентоспособности стран, и разработать систему факторов, учитывающую особенности и степень влияния каждого фактора, руководствуясь при этом существующими международными рейтингами конкурентоспособности.

Список литературы

1. **Портер, М.** Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов : [пер. с англ.] / М. Портер. – 4-е изд. – М. : Альпина Паблишер, 2011 – 453 с.
2. **Kiechel, W.** The Lords of Strategy: the secret intellectual history of the new corporate world / W. Kiechel. – Harvard : Harvard Business Press, 2009. – 348 p.

Н. С. Щуплова (schuplova.ns@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры
банковского дела, анализа и аудита

А. А. Михайлова (anastasia.mikhailava@gmail.com),
студентка

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

АНАЛИЗ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И КОРОЛЕВСТВА НИДЕРЛАНДОВ

На протяжении последних лет Королевство Нидерландов стабильно входит в число основных торгово-экономических партнеров Республики Беларусь. Нидерланды из-за удобного географического положения называют «воротами в Европу». Для Беларуси это один из наиболее перспективных экономических партнеров среди государств Европейского Союза.

Over recent years, the Netherlands consistently ranks among the main trade partners of the Republic of Belarus. Netherlands because of the convenient geographical location called the “gateway to Europe”. Belarus is one of the most promising economic partner among the EU member states.

Активное развитие двусторонних связей, использование новых форм сотрудничества позволили белорусским экспортерам в последнее время существенно укрепить свои позиции на голландском рынке, о чем свидетельствует заметно возросший объем поставок наших товаров в эту страну.

Современные Нидерланды – индустриальная страна с интенсивным сельским хозяйством и развитой системой внешнеэкономических связей. Королевство Нидерландов, в котором проживает всего 0,3% населения земного шара, по данным Международного валютного фонда (МВФ) является восемнадцатой крупнейшей экономикой мира и крупным игроком в области международных инвестиций. Нидерланды занимают девятое место среди стран-импортеров, второе место в мире среди стран-экспортеров сельскохозяйственной продукции и седьмое место в списке ведущих торговых наций мира. На Нидерланды приходится свыше 4% мировой торговли. Роль и место Нидерландов в мировой экономике определяется, в первую очередь, ориентированностью страны на экспортно-импортные операции [1].

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь и Государственного таможенного комитета Республики Беларусь Нидерланды занимают первое место среди стран-партнеров вне СНГ. Географическая структура экспорта Республики Беларусь в 2012 г. представлена на рисунке 1, а распределение экспорта товаров по странам – основным партнерам Республики Беларусь, представлено на рисунке 2 [2].

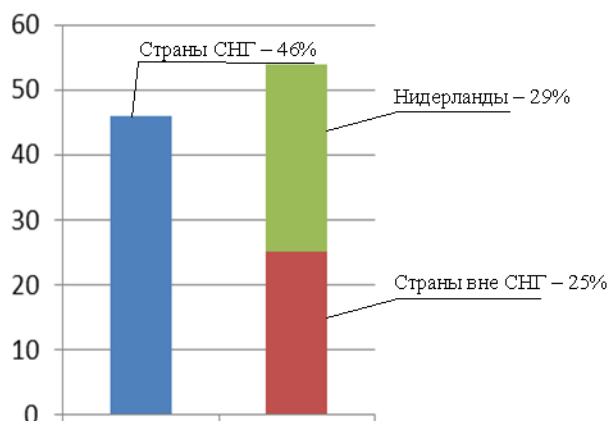


Рисунок 1 – Экспорт Республики Беларусь в 2012 г.

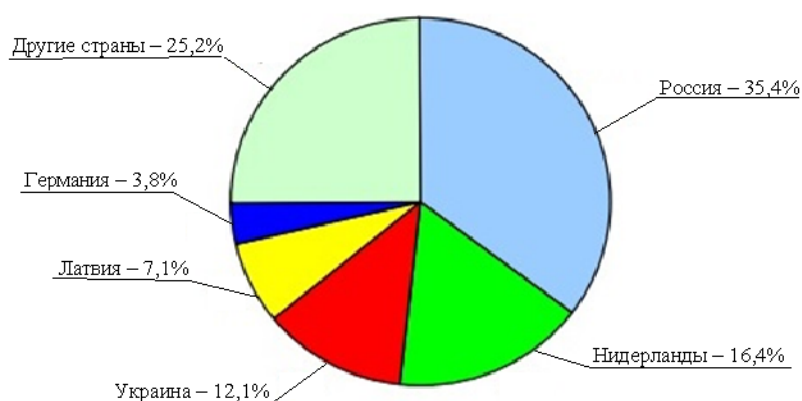


Рисунок 2 – Распределение экспорта товаров по странам – основным торговым партнерам в 2012 г.

По итогам 2012 г. двусторонний товарооборот между Республикой Беларусь и Королевством Нидерландов составил 8 млрд долл. США (123,2% по отношению к 2011 г.).

Белорусский экспорт в Нидерланды в 2012 г. достиг 7,6 млрд долл. США (123,8% по отношению к 2011 г.). Крупнейшими позициями белорусского экспорта в Нидерланды являлись нефтепродукты, растворители, масла смазочные, полотна для шп. текстиль (нити полиамидные, льняные ткани), шины и изделия из невулканизированной резины, женская и мужская одежда, лесоматериалы и продукция деревообработки, проволока из нелегированной стали, стекловолокно, казеин.

По итогам 2012 г. импорт из Нидерландов составил 448,4 млн долл. США (114,1% по отношению к 2011 г.). Крупнейшими позициями белорусского импорта из Нидерландов являлись тракторы и седельные тягачи, свинина, вакцины и сыворотки из крови, оборудование для сельского хозяйства, лекарственные средства, полимеры этилена, продукты для кормления животных, цветы, яблоки и груши, одежда, лук репчатый, центрифуги, оборудование для фильтрации жидкостей, овощи.

В 2012 г. объем торговли услугами между Беларусью и Нидерландами составил 65,6 млн долл. США (105% по отношению к 2011 г.).

Объем белорусского экспорта услуг в Нидерланды составил 43 млн долл. США (92,8% по отношению к 2011 г.). Основными видами услуг белорусского экспорта в Нидерланды являлись транспортные, услуги связи, компьютерные, прочие деловые, финансовые и туристические услуги.

По итогам 2012 г. объем импорта услуг из Нидерландов составил 22,6 млн долл. США (139,4% по отношению к 2011 г.). Основными видами услуг белорусского импорта из Нидерландов являлись транспортные, прочие деловые услуги, роялти и лицензионные платежи, компьютерные и финансовые услуги, услуги связи.

Темп изменения экспорта и импорта между странами представлен на рисунке 3. В 2009 г. по сравнению с 2008 г. экспорт возрос на 66,5%, импорт – 63,7%. В 2010 г. по сравнению с 2009 г. экспорт возрос на 76,9%, импорт – на 136,2%. В 2011 г. по отношению к 2010 г. экспорт возрос на 215,3%, импорт – на 124,4%. В 2012 г. по отношению к 2011 г. экспорт возрос на 123,8%, импорт – на 114,1%. С 2011 г. просматривается стремительный рост экспорта, а в 2012 г. его снижение [3].

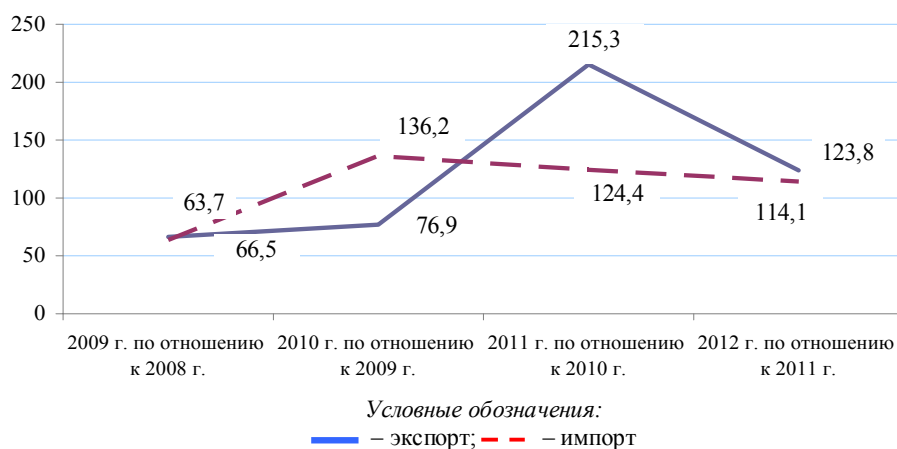


Рисунок 3 – Темп изменения экспорта и импорта между Республикой Беларусь и Королевством Нидерландов (2009–2012 гг.), %

Основными отраслями, благодаря которым экспорт в Нидерланды растет, являются производство нефтепродуктов и химическая отрасль. Можно проанализировать экспорт основных продуктов и выявить основные тенденции и перспективы (таблица 1) [2].

Таблица 1 – Товарный состав экспорта в Нидерланды

Код ТН ВЭД ТС	Товар	2011 г.		2012 г.	
		Стоимость, тыс. долл. США	Удельный вес, %	Стоимость, тыс. долл. США	Удельный вес, %
–	Товар, всего	6 128 466	100,0	7 551 466	100,0
	В том числе:				
2710	нефтепродукты	5 448 574	88,9	5 664 261	75,0
3814	растворители и разбавители	404 540	6,6	1 299 864	17,2
–	прочие	275 352	4,5	587 189	7,8

Главными критериями в стратегии продвижения белорусских товаров на рынок Нидерландов должны стать дифференцированность и качество товаров, расширение ассортимента, гибкость в ценообразовании, максимальный учет запросов покупателей, применение новых передовых технологий, а также соблюдение договорной дисциплины белорусскими поставщиками.

Из данных таблицы 2 следует, что выручка от реализации нефтепродуктов в 2012 г. по сравнению с 2011 г. увеличилась на 4 385,2 млн долл. США, в том числе за счет увеличения средней цены на 215,7 млн долл. США выручка от реализации увеличилась на 1 606,9 млн долл. США, а за счет увеличения количества реализованной продукции на 0,5 млн т, выручка от реализации увеличилась на 2 778,2 млн долл. США. Наибольшее влияние оказывает увеличение объема реализации нефтепродуктов.

Таблица 2 – Информация о влиянии средней цены и количества экспортируемых Республикой Беларусь в Нидерланды нефтепродуктов на выручку от их реализации

Показатели	2011 г.	2012 г.	Отклонение (+; -)	Расчет влияния факторов	Влияние
Объем реализации, млн т	7,2	7,7	0,5	$0,5 \cdot 0,5 \cdot (756,75 + 735,62)$	-157,046
Средняя цена, млн долл. США	756,75	735,62	-21,08	$0,5 \cdot (-21,08) \cdot (7,2 + 7,7)$	373,09
Выручка от реализации, млн долл. США	5 448,6	5 664,3	215,7	$0,5 \cdot 0,5 \cdot (756,75 + 735,62) + 0,5 \cdot (-21,08) \times (7,2 + 7,7)$	216

Из данных таблицы 3 можно заметить, что большую часть импорта Республики Беларусь из Нидерландов занимают такие товары, как свинина, вакцины, сыворотки из крови, тракторы и седельные тягачи [2].

Таблица 3 – Товарный состав импорта из Нидерландов

Код ТН ВЭД ТС	Товар	2011 г.		2012 г.	
		Стоимость, тыс. долл. США	Удельный вес, %	Стоимость, тыс. долл. США	Удельный вес, %
–	Товар, всего	400 455	100,0	448 404	100,0
0203	В том числе: свинина	21 168	5,3	28 046	6,3
3002	вакцины, сыворотки	19 227	4,8	26 650	5,9
8701	тракторы и седельные тягачи	73 445	18,3	126 605	28,2
–	прочие	286 615	71,6	267 103	59,6

Развитие сельского хозяйства, машиностроительной отрасли, а также активное привлечение иностранных инвестиций в эти отрасли позволило бы отказаться от закупок свинины, продукции тракторных и седельных тягачей из Нидерландов. Также нужно значительно оптимизировать фармацевтическую промышленность, так как она занимает значительную часть импорта из Королевства Нидерландов. Необходимо улучшить инвестиционный климат, чтобы сделать привлекательным вложение иностранной валюты в вышеперечисленные отрасли. Благодаря таким структурным изменениям снизится импорт. В результате снижения импорта высвободится иностранная валюта, которая может быть использована для закупок высокотехнологичного оборудования, которое активно поспособствует продвижению сельского хозяйства, а следовательно, и повышению экономической безопасности Республики Беларусь. Экспорт высокотехнологичного оборудования также поспособствует развитию машиностроительной отрасли и наращиванию экспорта тракторов и седельных тягачей в дальнейшем.

Поскольку Нидерланды находятся на второй позиции среди стран-экспортеров сельскохозяйственной продукции, то отношения с этой страной могут поспособствовать накоплению опыта Беларусью в данной отрасли. Поэтому следует чаще проводить международные сельскохозяйственные семинары и форумы, научные конкурсы и экскурсии, участвовать в выставках и ярмарках.

Дальнейшему наращиванию белорусского экспорта товаров и услуг на рынок Нидерландов может способствовать активный маркетинг (глубокое изучение рынка, оперативное реагирование на его запросы и требования, профессиональная рекламная политика), развитие товаропроводящей сети, отслеживание коммерческой информации в сети «Интернет», повышение качества товаров, соответствующего действующим на рынке Нидерландов нормам; активная работа посольства Республики Беларусь в Королевстве Нидерландов, способствующая привлечению туристов.

Список литературы

1. **Посольство** Республики Беларусь в Королевстве Нидерландов [Электронный ресурс]. – Минск, 2014. – Режим доступа : http://netherlands.mfa.gov.by/print/ru/bilateral_relations/trade_economic. – Дата доступа : 12.01.2014.
2. **Внешняя** торговля Республики Беларусь // Нац. стат. ком. Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2013. – Режим доступа : <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа : 12.01.2014.
3. **Государственный** таможенный комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Минск, 2014. – Режим доступа : http://gtk.gov.by/ru/stats/itogi_vnesh_torgovli2012/yanv2012. – Дата доступа : 12.01.2014.

IV. ТОВАРОВЕДЕНИЕ, ЭКСПЕРТИЗА И БЕЗОПАСНОСТЬ ТОВАРОВ

Е. П. Багрянцева (ger07@mail.ru),
канд. техн. наук, доцент, доцент кафедры
товароведения непродовольственных товаров

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ СТАНДАРТ УПАКОВОЧНЫХ ПЛЕНОК

На основе типовой номенклатуры потребительских показателей качества товаров народного потребления и требований, предъявляемых потребителями и техническими нормативными правовыми актами к упаковке, определена развернутая номенклатура показателей качества упаковочных полимерных пленок на трех иерархических уровнях. На основе многоуровневого анализа полученной развернутой номенклатуры проведен отбор приоритетных для потребителей показателей качества, составивших потребительский стандарт упаковочных пленок.

On the basis of standard nomenclature of quality indicators consumer goods and consumer requirements for packaging, detailed nomenclature of quality indicators packaging polymer films on three hierarchical levels was determined. Based on multilevel analysis of obtained expanded nomenclature selection of priority consumers of quality indicators constituting the "consumer standard" packaging films was held.

Анализ номенклатуры показателей качества упаковочных пленок позволяет составить перечень характеристик, определяющих их качество и обеспечивающих возможность оценки их уровня. Определение номенклатуры показателей качества упаковочных полимерных пленок проходило в три этапа.

На первом этапе проанализировали *типовую* номенклатуру основных групп потребительских показателей качества товаров народного потребления (функциональных, эргономических, эстетических, экологических, показателей надежности в потреблении и безопасности потребления), которая включает два иерархических уровня [1].

На втором этапе определили *развернутую* номенклатуру потребительских показателей качества упаковочных материалов, которая включает три иерархических уровня. За основу был взят перечень нормируемых показателей для полиэтиленовых пленок и упаковочных материалов из них в соответствии с техническими нормативными правовыми актами (ТНПА), включающий физико-механические, электрические, оптические и технологические характеристики, а также показатели безопасности [2; 3]. С позиций товароведения такая номенклатура не отвечает критерию достаточности и требует расширения, так как в ней экологические и социальные характеристики упаковочных материалов не предусмотрены вообще. Кроме того, необходимо учитывать технолого-экономические показатели, которые не являются потребительскими, но в значительной мере влияют на показатели качества упаковки.

Следует отметить, что в условиях современного рынка в число приоритетных показателей качества и конкурентоспособности упаковки обязательно включают ее экологические характеристики [4]. Однако в соответствии с ТНПА номенклатура экологических показателей потребительских товаров ограничена только двумя параметрами: вредными примесями, выбрасываемыми в окружающую среду, и вероятностью выбросов в окружающую среду вредных частиц, газов, излучений при хранении, транспортировке, эксплуатации или потреблении продукции [1]. На наш взгляд, для полной оценки экологичности упаковки необходимо определять степень ее воздействия на окружающую среду на протяжении всего ее жизненного цикла: в процессе производства, во время потребления и использования, при утилизации. В связи с этим экологические характеристики упаковки должны включать совокупность показателей, свидетельствующих о ее безвредности для окружающей среды и здоровья человека на всех стадиях жизненного цикла. Нами была определена развернутая номенклатура экологических показателей качества упаковки на трех уровнях (рисунок 1).



Рисунок 1 – Номенклатура экологических показателей качества упаковки

Обобщенные экологические показатели упаковки включают три групповых показателя: показатели экологичности упаковки в процессе производства и потребления, показатели экологичности продуктов утилизации отходов упаковки, показатели экологичности не утилизируемых отходов упаковки.

Безопасное воздействие полимерной упаковки на окружающую среду в процессе производства и потребления выражено единичными показателями *концентрации выделенных при производстве упаковки токсичных газообразных продуктов* и *содержания в упаковке вредных примесей, выбрасываемых в окружающую среду*. В соответствии с ГОСТ 10354-82 нормируется предельно допустимая концентрация вредных паров и газов термоокислительной деструкции в воздухе рабочей зоны производственных помещений при производстве пленочной упаковки [2]. Технический регламент Таможенного союза «О безопасности упаковки» регламентирует допустимые количества миграции химических веществ, выделяющихся из полимерной упаковки при ее эксплуатации [5].

Снижение воздействия продуктов утилизации отходов упаковки на окружающую среду заложено в показателях *степени утилизации упаковочных отходов* и *объема газовых выбросов в атмосферу в процессе утилизации*. В соответствии с требованиями Директивы Европейского парламента и Совета Европейского союза от 20 декабря 1994 г. № 94/62/ЕС минимальная степень утилизации упаковочных отходов должна составлять 60%, из них минимум 55% должны быть переработаны в качестве вторичного сырья, в том числе 22,5% должны приходиться на полимерные упаковочные отходы [6]. Закон Республики Беларусь от 16 декабря 2008 г. № 2-3 «Об охране атмосферного воздуха» и гигиенические нормативы «Предельно допустимые концентрации и ориентировочные безопасные уровни воздействия загрязняющих веществ в атмосферном воздухе населенных мест» обязывают предприятия, перерабатывающие отходы, производить выброс в атмосферу загрязняющих веществ в предельно допустимых концентрациях [7].

Воздействие не утилизируемых отходов на окружающую среду представлено показателями *скорости биоразрушения отходов упаковки*, *классом их опасности*, *площадью земельных участков, отчужденных от полезного использования вследствие образования свалок* и *объемом выбросов загрязняющих веществ в атмосферу, почву, грунтовые воды в зонах свалок*. В соответствии с Законом Республики Беларусь от 20 июля 2007 г. № 271-3 «Об обращении с отходами» и Классификатором отходов, образующихся в Республике Беларусь, устанавливается класс опасности отходов с целью определения их влияния на экологию, а также выявления безопасных способов и условий их размещения, перемещения и обезвреживания [8]. Площадь земельных участков, отчужденных от полезного использования вследствие образования свалок, является важным показателем, так как захоронение отходов на полигонах является самым дешевым и легким (низкие капитальные затраты на строительство полигонов по сравнению с другими

методами обезвреживания), а следовательно, и самым распространенным способом обезвреживания для стран СНГ. Основное воздействие свалочных полигонов на окружающую среду связано с образованием загрязняющих атмосферу, почву, грунтовые воды веществ – биогаза (метана, двуокиси углерода) и фильтрата, экологическая опасность которых сохраняется продолжительный период.

Таким образом, учитывая вышесказанное, а также требования, предъявляемые к упаковочным материалам, была определена развернутая номенклатура показателей качества упаковочных пленок, отражающая пригодность упаковочных материалов к использованию по назначению и включающая все значимые показатели, не перегружая перечень малозначимыми.

На заключительном этапе была определена *уточненная* (необходимая и достаточная) номенклатура потребительских показателей качества упаковочных полимерных пленок. При окончательном определении оптимальной номенклатуры показателей качества использовали основополагающий принцип современной теории менеджмента качества – ориентацию на потребителя. Потребитель выбирает тот товар, который представляет для него наибольшую ценность исходя из приемлемости затрат, его представлений о качестве и функциях, а также покупательских возможностей. Только потребитель с его требованиями, запросами, реализованными через потребительский спрос, определяет конкурентоспособность товара. Вследствие этого эксперты на основе развернутой номенклатуры показателей качества определяли приоритетность требований к упаковке (что является более, а что менее важным, но необходимым для потребителя). Полученный набор приоритетных для потребителей показателей качества составил *потребительский стандарт* упаковочных пленок.

Таким образом, анализ потребительских предпочтений позволил сформировать «потребительский стандарт» упаковочных пленок, включающий усовершенствованную номенклатуру их показателей качества на трех уровнях (рисунок 2). Стандартный перечень был дополнен показателями выполнения упаковки основной функции (пылепроницаемость, коэффициент отпугивающего действия для моли), эстетическими показателями (цвет, фактура) и показателем экологичности не утилизируемых отходов упаковки (скорость биоразрушения отходов упаковки). Дополнительные показатели отражают современные тенденции развития упаковочной отрасли: стремление к повышению уровня сохранности упакованных товаров от воздействия факторов окружающей среды (в том числе биоагентов), стимулирование потребительского спроса на упакованную продукцию, а также создание конкурентных преимуществ упаковочного материала за счет улучшения его экологического имиджа.

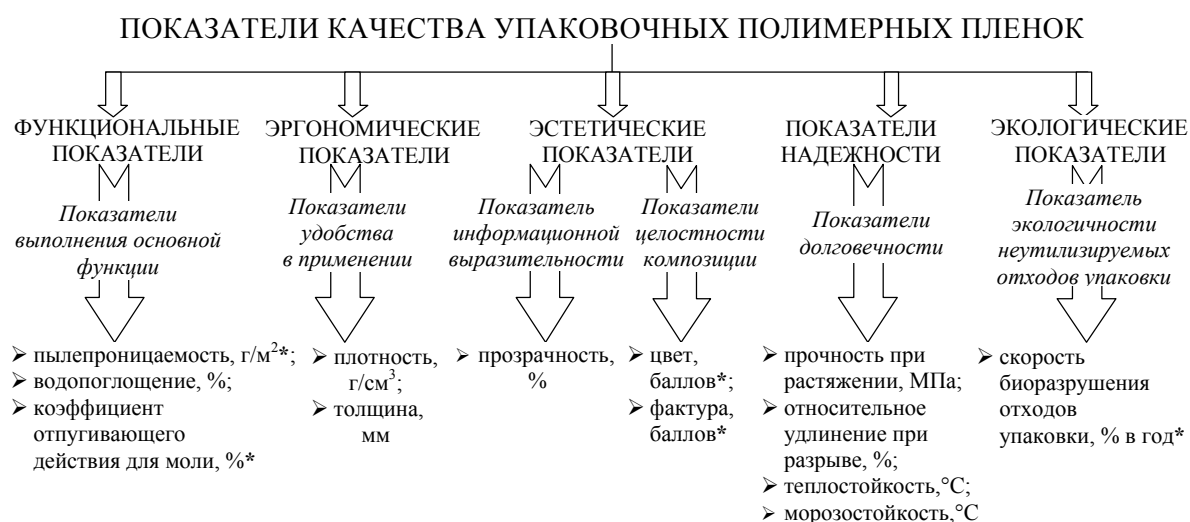


Рисунок 2 – Потребительский стандарт упаковочных пленок

Примечание – Показатели качества, обозначенные знаком «*», являются дополнительными.

Таким образом, на основе результатов, полученных с помощью экспертного метода, предложена уточненная номенклатура показателей качества упаковочных полиэтиленовых пленок, дополняющая стандартный перечень показателями выполнения основной функции (пылепроницаемость, коэффициент отпугивающего действия для моли), показателем экологичности не утилизируемых отходов упаковки (скорость биоразрушения отходов упаковки) и эстетическими показателями (цвет, фактура).

Список литературы

1. **Промышленные** товары народного потребления. Выбор номенклатуры потребительских свойств и показателей качества. Основные положения : ГОСТ 24886-81. – Введ. 01.07.82. – М. : Гос. ком. по стандартам : Изд-во стандартов, 1981. – 20 с.
2. **Пленка** полиэтиленовая. Технические условия : ГОСТ 10354-82. – Введ. 01.07.83. – М. : Гос. ком. по стандартам : Изд-во стандартов, 1985. – 38 с.
3. **Тара** потребительская полимерная. Общие технические условия : СТБ 1517-2004. – Введ. 01.07.05. – Минск : Госстандарт : Бел. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2005. – 59 с.
4. **Упаковка**. Рекомендации по выбору и проектированию : СТБ 1599-2006. – Введ. 01.08.06. – Минск : Госстандарт : Бел. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2006. – 6 с.
5. **О безопасности** упаковки (ТР ТС 005-2011) : утв. решением комиссии Тамож. союза от 16 авг. 2011 г. № 769. – М. : Комиссия Тамож. союза, 2011. – 35 с.
6. **Об упаковке** и отходах от упаковки : Директива Европ. парламента и Совета Европ. Союза от 20 дек. 1994 г. № 94/62/ЕС. – Брюссель, 1994. – 14 с.
7. **Об охране** атмосферного воздуха : Закон Респ. Беларусь от 16 дек. 2008 г. № 2-3 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2009. – № 4.
8. **Об обращении** с отходами : Закон Респ. Беларусь от 20 июля 2007 г. № 271-3 (в ред. от 8 июля 2008 г.) // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2008. – № 170.

М. С. Гагай,

*ст. преподаватель кафедры общеобразовательных
и специальных дисциплин*

Я. С. Чуприна (delightful-1993@mail.ru),
студентка

*Азовский институт экономики, управления и права
(филиал) Ростовского государственного
экономического университета (РИНХ)
г. Азов, Российская Федерация*

К ВОПРОСУ О МЕТОДИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЯХ ЭКСПЕРТИЗЫ КАЧЕСТВА ТОВАРОВ БЫТОВОЙ ХИМИИ

Рынок бытовых химических товаров характеризуется высокой степенью обновления ассортимента. Увеличение ассортимента продукции направлено на разработку средств нового назначения, удобных для использования. При этом отмечается общее направление – создание не универсальных средств, а средств специального назначения. Товары бытовой химии разрабатываются российскими предприятиями (с отечественным и иностранным капиталом), производятся по заказам сетевых магазинов под их торговыми марками (контрактное производство), ввозятся по импорту (Турция, страны Европейского Союза, Китай и др.). Часть продукции в России, например пестициды, только фасуют. В таком случае используют импортные поставки.

Market of household chemicals is characterized by the high degree of assortment renewal. The increase of products assortment is aimed at the development of new products which are convenient in use. These products have a special application, not a universal one. Household chemicals are developed by Russian enterprises having domestic and foreign capital and are produced according to the orders of network stores with their trade marks (contractproduction), are imported (Turkey, European Union countries, China, etc.). The part of the products are only packed in Russia (import supplies), e.g. pesticides.

Проблема качества в современных условиях хозяйствования – важнейший фактор повышения уровня жизни, экономической стабильности, социальной, оборонной и экологической безопасности. При оценке качества продукции возникает определенное несоответствие оценки качества товара, проектируемого на этапе разработки, сформированного на этапе производства и проверенного при окончательном контроле перед реализацией, с потребительской оценкой качества [1].

Рынок товаров бытовой химии в России достаточно насыщен и постоянно пополняется новыми товарами, в соответствии с требованиями современных потребителей. Учитывая потенциальную опасность данных товаров, на рынке ведется государственное регулирование их продаж и маркировки. Новые товары подлежат государственной регистрации в органах Роспотребнадзора, а пестициды и агрохимикаты регистрируют в соответствии с нормами Федерального закона «О безопасном обращении с пестицидами и агрохимикатами».

К товарам бытовой химии относят товары химической природы, предназначенные для различных хозяйственных нужд. Товары бытовой химии – продукция многих отраслей промышленности (химической, нефтеперерабатывающей, лакокрасочной, масложировой, лесохимической и др.). Их применение оптимизирует процессы, экономит ресурсы, но при этом нужно отметить отрицательные стороны их использования. Товары бытовой химии токсичны и аллергенны, экологически жестки, химически активны, требуют строгого соблюдения правил эксплуатации, упаковки, хранения и сроков реализации. По назначению ассортимент товаров бытовой химии делится на несколько групп – клеющие товары, средства для стирки и мытья (моющие, отбеливающие, подсинивающие, подкрашивающие средства), лакокрасочные товары, чистящие средства, пятновыводящие средства, полирующие средства, дезинфицирующие средства, средства для борьбы с насекомыми и грызунами, средства для борьбы с вредителями садов и огородов, минеральные удобрения, автокосметика, прочие химические товары.

Бытовая химия – несомненное достижение цивилизации, без которого трудно обойтись. Однако, поддерживая чистоту, мы недооцениваем тот вред, который химические средства могут нанести нашему здоровью. Большинство используемых синтетических моющих средств содержат опасные вещества, вызывающие раздражение кожи и воспаление слизистых оболочек глаз и носа, затруднение дыхания, кашель и приступы астмы, увеличивают риск аллергии и даже раковых заболеваний.

Кроме того, бытовая химия может представлять опасность еще и потому, что ее избыточное использование ослабляет и даже вовсе уничтожает полезную микрофлору. Одной из причин стремительного распространения аллергии среди населения планеты является излишняя стерильность нашей среды обитания, что приводит к нарушению нормального формирования иммунной системы человека.

Несмотря на потенциальную опасность товаров бытовой химии, в настоящее время только на ограниченный ассортимент этой товарной группы (бензин, масла моторные и жидкости незамерзающие) в национальных стандартах определены технические требования. Большая часть ассортимента товаров бытовой химии выпускается по техническим условиям или спецификациям зарубежных изготовителей на конкретную продукцию, т. е. оценить качество такой продукции сложно. Поэтому на рынке товаров бытовой химии широко распространена фальсификация, прежде всего по охлаждающим жидкостям (тосолу), стеклоомывателям, моющим и чистящим средствам, пестицидам и т. п. [2].

Более подробно рассмотрим моющие средства для стеклянных поверхностей, которые существенно отличаются по составу от других чистящих средств. На эту группу моющих средств отсутствует стандарт, определяющий технические требования, есть только стандарт общих технических требований [3]. При этом состав и свойства моющих средств для стекол очень специфичны. Их производят на основе водно-спиртовых растворов (этиловый, изопропиловый спирты или водный раствор аммиака), так как они должны быстро высохнуть и легко удаляться с поверхности, не оставляя на ней разводов и мутной пленки. Новыми эффективными компонентами считаются эфиры пропиленгликоля, но таких средств производят мало.

Для проведения исследования были закуплены импортные образцы (1–6) и отечественные образцы (7–9). В заявленном назначении на всех средствах указано «для стекол», только на этикетке образца 9 – «для стекла и пластмасс». Образцы 2 и 3 представлены в таре без распылителей.

Образец 4 имеет оригинальный распылитель, который подает средство на поверхность в двух вариантах:

- при небольших загрязнениях в виде жидкости;
- при сложных загрязнениях устанавливается так, что раствор проходит через сеточку, образуя пену, аналогичную средствам в аэрозольной упаковке.

На образцах 5 и 9 не указан состав органического растворителя, но приведен рекламный слова «на основе растительных экстрактов», что является рекламой, так как экстракты не очищают загрязненную поверхность.

Определение водородного показателя показало, что рН средств может быть слабокислым (образец 9) и сильнощелочным (образцы 1–3, 6). Данный показатель влияет на очищающую способность средства, ведь чем выше рН, тем лучше очищение, и на образование разводов, так как чем выше рН, тем больше разводов остается на поверхности. Поэтому кислотность среды должна быть оптимальной.

Чистящая способность определялась стандартным методом по ОСТ 6-15-1660-90, по которому установлена норма, составляющая не менее 85%, и параллельно методом практического

использования. Причем испытатели, проводившие оценку по стандартному методу, считали, что практические испытания дают более объективную оценку.

Исследования двумя методами показали, что лучшую очищающую способность имеют средства фирмы «Клин» (образец 4) и «Фрош» [2, с. 9]. Только эти средства не оставляют разводов при достаточно легком протирании. Все остальные средства имеют похожий состав, а разводы при их использовании удаляются только при длительном (дополнительном) растирании.

Практические испытания также показали, что очищающая способность средства снижается, если его не распылять на поверхность, а наносить на ткань с последующим протиранием. При этом для мытья затрачивается большее количество средства. Но учитывая, что цена средств с завинчивающейся пробкой гораздо ниже, чем такого же средства с распылителем, при использовании рекомендуется заменять пробку на распылитель.

Анализ исследуемых средств по составу, эффективности и цене показал, что состав и очищающее действие практически всех средств аналогичное, но различия в цене существенные. Нецелесообразно приобретать дорогие средства, так как дешевые чистят точно так же. Таким образом, доказано, что при отсутствии конкретных показателей по товарной группе, кроме стандартных методов, при оценке качества следует использовать экспертные методы или методы практического использования по инструкции, рекомендуемой производителем.

Таким образом, при проведении исследования стало понятно, что выбор показателей и методов их определения при экспертизе качества товаров бытовой химии зависит от наличия нормативно-технических документов, на группу однородной продукции. При оценке качества также необходимо учитывать информацию для потребителя в части назначения и заявленных свойств, оценка которых возможна с использованием экспертных и практических методов.

Список литературы

1. **Андреева, Т. А.** Особенности потребительской оценки качества товаров бытовой химии / Т. А. Андреева [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.priytyki.net/osobennosti-potrebitelskoj-ocenki-kachestva-tovarov-bytovoj-ximii/>.
2. **Вилкова С. А.** Методические особенности экспертизы качества товаров бытовой химии / С. А. Вилкова // Поволжский торгово-экономический журнал. – 2013. – № 3 (31).
3. **ГОСТ Р 51696-2000.** Товары бытовой химии. – Введ. 2000-01-07. – М. : Изд-во стандартов, 2001. – 6 с.

А. В. Маракова (anastasya.marakova@yandex.ru),
канд. техн. наук, ст. преподаватель
кафедры менеджмента в АПК

*Саратовский государственный аграрный
университет имени Н. И. Вавилова
г. Саратов, Российская Федерация*

В. И. Криштафович (vikrish@mail.ru),
д-р техн. наук, профессор, зав. кафедрой
товароведения и экспертизы товаров

*Российский университет кооперации
г. Москва, Российская Федерация*

ИССЛЕДОВАНИЕ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ФОРМИРОВАНИЕ КАЧЕСТВА МЯСА МОЛОДНЯКА ОВЕЦ

Дан обзор факторов, влияющих на формирование качества мяса молодняка овец. Приведены результаты исследований пищевой и биологической ценности мяса молодняка овец чистопородной (ставропольской) и помесной (ставропольской и эдильбаевской) пород в разные возрастные периоды.

A review of the factors influencing the formation of the quality of meat of young sheep. Results of research on food and biological value of meat of young purebred sheep (Stavropol) and skilled – hybrids (Stavropol and Edilby) breeds during the different age periods are taken too.

Качество мяса молодняка овец обуславливается химическим составом, органолептическими свойствами, биологической ценностью и эффективностью мяса, которые, в свою очередь, зависят от показателей продуктивности прижизненных факторов (возраста, пола, породы, упитанности животных).

Химический состав мышц скота является одним из важнейших качественных показателей сырья при производстве мясных продуктов. Как известно, химический состав мяса зависит от многих факторов: вида, породы, пола скота, уровня кормления животных, категории упитанности и др. В специальной литературе чаще всего приводятся данные химического состава мяса по виду животного без указания на возраст. Но, как показывает анализ литературных источников, именно возраст считается одним из основных показателей, влияющих на качество мяса.

Исследованием влияния прижизненных факторов на формирование мясной продуктивности овец и качество мяса занималось большое количество ученых. Однако доказанным фактом является влияние породы, пола, возраста, упитанности и условий кормления животных на качество баранины.

Таковыми учеными, как В. П. Лушников, И. И. Калужный, З. Н. Федорова, А. Ф. Фогель, занимающимися исследованиями химического состава мяса, было отмечено, что с возрастом содержание влаги в мышцах ягнят уменьшается, а содержание жира увеличивается, что положительно влияет на пищевую ценность мяса [1–3].

Одним из исследуемых факторов воздействия на качественные характеристики мяса овец является пол животных. Он влияет на соотношение тканей, входящих в состав мяса, а также его вкусовые и питательные качества. Мясо взрослых некастрированных животных отличается жесткостью и зачастую неприятным запахом, который особенно заметен при варке. Такое мясо не допускается к реализации в торговле, а чаще всего направляется на переработку.

Половые различия в мясе молодняка овец менее выражены. С увеличением возраста в мясе баранов по сравнению с мясом овец увеличивается содержание влаги при одновременном снижении содержания белка и жира.

В производстве мяса высокого качества кормовой фактор является определяющим. Только от упитанных животных можно получить высококачественное мясо. Среди различных приемов повышения качества мяса наиболее целесообразен интенсивный откорм молодняка, который позволяет производить высококачественную ягнятину значительно быстрее и эффективнее. Он продолжается 60–75 дней, основан на вскармливании животных разнообразными и высококачественными кормами местного производства (биологически полноценные зеленые корма, свекла, тыква, бобовое сено, сенаж, силос и др.).

Породное происхождение является также немаловажным фактором формирования мясных качеств молодняка овец. Как один из вариантов повышения мясной продуктивности и обеспеченности мясным сырьем мясоперерабатывающих предприятий страны можно предложить применение различных методов селекции в овцеводстве.

Большой интерес в Саратовской области представляют овцы эдильбаевской породы, которые используются как селекционный материал для улучшения качественных характеристик мяса овец шерстной и мясной продуктивности. Овцы эдильбаевской породы обладают отличной скороспелостью. Помесные животные, полученные от данной породы, обладают лучшими показателями мясной продуктивности, и качественные характеристики их мяса уже в возрасте шести месяцев соответствуют физиологическим потребностям организма человека [4; 5].

Нами было проведено исследование факторов, влияющих на качество мяса молодняка овец. В качестве объектов исследования были взяты чистопородные ставропольские (С) и помесные овцы, полученные скрещиванием ставропольской матки и эдильбаевского барана (С × Э). Овцы ставропольской породы тонкорунные, имеют шерстное направление продуктивности. Эдильбаевская порода овец, используемая в качестве материала для скрещивания, представляет собой грубошерстную породу овец мясосальной продуктивности. Отличительной особенностью данной породы является наличие в хвосте животных курдюка, который служит источником ценной жировой ткани.

Опытное выращивание новой породы проводилось в период с апреля 2010 г. по май 2011 г. на сельскохозяйственном предприятии ООО «Вектор» Пугачевского района Саратовской области. Выращивание овец осуществлялось до двенадцатимесячного возраста. Технология выращивания состояла из нескольких этапов. Отъем ягнят от матерей был произведен в четырехмесячном возрасте, после чего с мая по сентябрь они были поставлены на нагул на естественные пастбища. В возрасте с 9 до 12 месяцев ягнота получали подкормку, включающую в себя сено, пшеницу, овес и ячмень.

Затем определяли основные показатели мясной продуктивности, химического состава, органолептические показатели, а также показатели пищевой и биологической ценности мяса овец в зависимости от породы и возраста животных.

Установлено, что максимальный среднесуточный привес наблюдается у животных обеих групп в шестимесячном возрасте: у помесных животных он составляет 208 г, у чистопородных – 165,7 г. С восьмимесячного возраста наблюдается тенденция к снижению данного показателя.

Убойный выход для чистопородных овец составил 44–47,7%, для помесных – 45–48,4%; помесные животные по качеству мясных туш превосходят чистопородных [6; 7]. Абсолютный прирост массы помесных животных в возрасте от двух до четырех месяцев превышал прирост чистопородных на 2,46 кг, от четырех до шести месяцев – на 2,53 кг, от шести до восьми месяцев – на 0,89 кг, от восьми до 10 месяцев – на 0,75 кг и от 10 до 12 месяцев – на 0,69 кг. В обеих исследуемых группах наблюдается снижение прироста с восьмимесячного возраста. Это объясняется тем, что наибольший набор массы у молодняка овец происходит в основном в возрасте от двух до шести месяцев [8; 9]. Подтверждением этого служат исследования многих ученых. Так, в исследованиях Е. А. Павловой уточняется, что наиболее интенсивно животные ставропольской породы набирали свою массу с момента рождения до трех-, четырехмесячного возраста, что обусловлено получением материнского молока и нежного пастбищного корма [10].

Результаты исследования показали, что самый высокий коэффициент мясности установлен для мясных туш, полученных от помесных животных в возрасте 12 месяцев. Он равен 4 (по сравнению с чистопородными животными – 3,84) [7; 11].

Установлено, что возраст и порода животного имеют влияние на показатели органолептической оценки качества мяса и мясного бульона, в частности на нежность, сочность и наваристость. Особое внимание заслуживает тот факт, что мясо помесных животных превосходит по некоторым показателям мясо чистопородных. Доказано, что с увеличением возраста овец изменяется аромат, сочность и консистенция мяса. При органолептической оценке мяса установлено, что после достижения десятимесячного возраста животными усиливается специфический запах баранины, повышается ее жесткость. Наиболее высокую органолептическую оценку получило мясо помесных животных в возрасте шести и восьми месяцев [8].

Доказано, что мясо помесных животных содержит больше полезных компонентов и по некоторым показателям превосходит мясо чистопородного молодняка. Так, в мясе овец восьмимесячного возраста отмечено наиболее высокое содержание белка (20,3% в мясе опытной группы и 19,8% в мясе контрольной), а также наиболее оптимальное соотношение белка и жира (1 к 0,8 и 1 к 0,7 соответственно). С увеличением возраста животных с двух до 12 месяцев увеличивается количество внутримышечного жира в целом на 13,7% в мясе контрольной группы и на 14,6 % в мясе опытной группы. Энергетическая ценность мяса с увеличением возраста животных повышается в контрольной группе на 127 ккал, а в опытной – на 133 ккал; установлено незначительное увеличение количества незаменимых аминокислот в мясе животных исследуемых групп в возрасте восьми месяцев. Белково-качественный показатель варьируется от 2,2 до 2,8 в мясе контрольной группы и от 2,5 до 3,0 в мясе опытной группы. 100 г мяса животных из контрольной группы удовлетворяет потребность организма человека в белках животного происхождения на 43–46%, из опытной группы – на 45–47% [6; 12].

В результате эксперимента установлено влияние генотипа и возраста животных на содержание незаменимых аминокислот: с увеличением возраста молодых овец отмечается небольшое увеличение количества незаменимых аминокислот. Данная тенденция в большей степени прослеживается в мясе помесных животных. Помимо этого, есть тенденция к незначительному повышению содержания незаменимых аминокислот в мясе животных обеих исследуемых групп в возрасте восьми месяцев. Так, в мясе помесных животных это содержание равно 42,7%, что на 0,1% больше, чем в мясе чистопородных (42,8%). В белках мяса молодых овец среди незаменимых аминокислот больше всего содержится лизина, лейцина и фенилаланина с тирозином, а среди заменимых – глутаминовой и аспарагиновой кислот, аргинина, глицина и аланина [7]. Наиболее полное удовлетворение организма человека белками животного происхождения обеспечивается мясом, полученным от животных в возрасте от шести до восьми месяцев, что подтверждено проведенными исследованиями [12].

Таким образом, по результатам исследований показателей мясной продуктивности, химического состава, биологической ценности мяса исследуемых видов животных было доказано, что количество ценных питательных веществ, таких как белок и жир, изменяется в зависимости от возраста и породных особенностей овец.

Можно также с уверенностью констатировать факт о значительном влиянии прижизненных факторов (возраст, порода) на формирование качества мяса молодняка овец.

Список литературы

1. Лушников, В. П. Рекомендации по увеличению производства и улучшению качества баранины в Поволжье / В. П. Лушников, И. И. Калужный, Л. Б. Данилова. – Саратов : Саратов. гос. ун-т, 1998. – С. 16.

2. **Федорова, З. Н.** Сравнительная эффективность различных технологических приемов производства молодой баранины в тонкорунном овцеводстве Поволжья : дис. ... канд. с.-х. наук / З. Н. Федорова. – Саратов, 2003. – 93 с.
3. **Лушников, В. П.** Пищевая ценность мяса чистопородных и помесных овец / В. П. Лушников // Мясная индустрия. – 2008. – № 12. – С. 14–17.
4. **Лушников, В. П.** Влияние породы и возраста овец на химические и органолептические показатели мяса / В. П. Лушников, И. Ю. Михайлова, В. И. Криштафович // Мясная индустрия. – 2008. – № 7. – С. 19–21.
5. **Суржанская, И. Ю.** Влияние породы и возраста овец на качество баранины / И. Ю. Суржанская, В. И. Криштафович // Кооперация России: приоритеты развития : материалы науч. конф. профессорско-преподавательского состава, сотрудников и аспирантов. – М. : Рос. ун-т кооп., 2009. – С. 456–457.
6. **Криштафович, В. И.** Изменение качества баранины в зависимости от возраста и породы овец / В. И. Криштафович, А. В. Маракова, И. Ю. Суржанская // Товарознавство і торгівля в умовах глобалізації економіки: проблеми та досвід : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. / М-во освіти, науки, молоді та спроти України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк, 2011. – С. 104–106.
7. **Маракова, А. В.** Качественные характеристики мяса овец / А. В. Маракова, И. Ю. Суржанская, В. И. Криштафович // Безопасность и качество : материалы V междунар. науч.-практ. конф., Саратов. гос. аграр. ун-т ; под ред. С. А. Богатырева. – Саратов, 2011. – С. 38–40.
8. **Криштафович, В. И.** Формирование качества мяса овец под влиянием возраста и породы / В. И. Криштафович, А. В. Маракова, И. Ю. Суржанская // Мясная индустрия. – 2011. – № 5. – С. 48–51.
9. **Суржанская, И. Ю.** Мясная продуктивность и качество мясных туш овец разных генотипов / И. Ю. Суржанская, В. И. Криштафович, А. В. Маракова // Товаровед продовольственных товаров. – 2011. – № 2. – С. 40–44.
10. **Криштафович, В. И.** Влияние прижизненных факторов на формирование потребительских свойств мяса овец в возрасте до одного года : моногр. / В. И. Криштафович, Е. А. Павлова, И. Ю. Суржанская ; под ред. В. И. Криштафович. – Ярославль : Канцлер, 2010. – 152 с.
11. **Суржанская, И. Ю.** Сортовой состав баранины и его влияние на качество мяса / И. Ю. Суржанская, В. И. Криштафович, А. В. Маракова // Управление торговлей: теория, практика, инновации : материалы III науч.-практ. конф. – М. : Рос. ун-т кооп., 2010. – С. 192–195.
12. **Суржанская, И. Ю.** Пищевая ценность мяса молодых овец / И. Ю. Суржанская, А. В. Маракова // Социально-экономические проблемы кооперативного сектора экономики : материалы III междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых, преподавателей, сотрудников, аспирантов и соискателей. – М. : Рос. ун-т кооп., 2010. – С. 419–422.

М. Н. Михалко (aspirantura_bteu@mail.ru),
канд. техн. наук, доцент, зав. аспирантурой

А. Н. Заяц (legion-black@yandex.ru),
студент

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВА КЕРАМИЧЕСКОЙ ПОСУДЫ ОРГАНОЛЕПТИЧЕСКИМ МЕТОДОМ

В статье показана возможность применения органолептического метода при определении различных показателей качества керамической посуды на основе оценочных шкал. Органолептическую оценку показателей качества рекомендовано проводить на розничных торговых предприятиях при формировании ассортимента товаров.

The article reveals the possibility of using organoleptical method while determining different indices of ceramic dishes quality on the basis of the estimation scales. It has been recommended to do organoleptical estimation of the quality indices at retail trade enterprises while forming commodity assortment.

Керамические изделия – необходимые предметы для организации быта человека и обустройства его домашнего хозяйства. Ввиду большого разнообразия ассортимента керамических изделий и устойчивого спроса на данные хозяйственные товары весьма важным направлением в деятельности торговых организаций является проведение оценки уровня качества реализу-

мой продукции. Однако в торговых организациях, как правило, отсутствуют лабораторное оборудование и реактивы, необходимые для определения показателей качества посуды. Поэтому наиболее часто в практике торговли применяется органолептический метод определения показателей качества, основанный на оценке показателей с помощью органов чувств человека (зрения, обоняния, слуха, осязания, вкуса).

Согласно сложившейся практике органолептический метод используют в основном для определения эстетических показателей качества. Однако возможно применение данного метода и для других групп показателей – назначения, эргономических показателей качества, надежности, так как о многих свойствах (механических, оптических и в целом о надежности) можно судить, пользуясь обыденными представлениями о физических свойствах материалов и изделий из них.

На основе анализа требований технических нормативных правовых актов [1; 2] и проведенного анкетирования потребителей для оценки уровня качества керамических чайников рекомендуется использовать показатели качества, представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Номенклатура показателей качества керамических чайников

Групповые показатели качества	Подгруппы показателей качества	Единичные показатели качества
Назначение	Совершенство выполнения основной функции	Сливная способность
		Посадка крышки
Эргономические	Антропометрические	Удобство удержания
	Гигиенические	Удобство очистки
Эстетические	Информационная выразительность	Оригинальность формы
		Современность тематики рисунка
	Целостность композиции	Сочетание цветов в декоре
	Совершенство производственного исполнения	Просвечиваемость
Надежность	Долговечность	Устойчивость приставных деталей к механическим воздействиям

Оценка качества выбранных показателей может проводиться органолептическим методом с помощью простых измерительных инструментов. С целью повышения объективности оценки и степени согласованности мнений экспертов были разработаны оценочные шкалы по каждому показателю (таблицы 2–10).

Соответствие показателей назначения и эргономических показателей выбранным градациям обеспечивается конструктивными особенностями изделий.

Таблица 2 – Оценочная шкала свойства «сливная способность»

Градация	Оценка, баллов
Жидкость выливается узкой нераздельной параболической струей даже при медленном выливании	5
Жидкость выливается узкой нераздельной параболической струей при быстром выливании	4
Жидкость выливается широкой нераздельной струей	3
Жидкость выливается неравномерно и подтекает на корпус	2–1

Конструкция носиков чайников должна обеспечивать формирование струи и исключать подтекание ее при сливе, т. е. форма носика должна быть прямой или изогнутой с перегибом в верхней части, а сливная кромка носика – располагаться не ниже верхней кромки горловины. Оценку сливной способности проводят при выливании воды из посуды, наполненной не менее чем на половину вместимости, наклонив чайник, обеспечивая сливание воды непрерывной струей.

Таблица 3 – Оценочная шкала свойства «посадка крышки»

Градация	Оценка, баллов
Посадка крышки плотная, место посадки зашлифовано, в конструкции крышки имеются специальные шарниры или замки	5
Посадка крышки достаточно плотная, место посадки зашлифовано, в конструкции крышки имеются специальные выступы	4–3
Посадка крышки неплотная, место посадки заглазуровано, в конструкции крышки отсутствуют специальные выступы	2–1

Удержание крышек на посуде проверяют, наклоняя изделие под требуемым углом. В соответствии с требованиями ГОСТ 28390 [2] крышки у чайников не должны выпадать при наклоне на 70°, что достигается их конструктивными особенностями.

Таблица 4 – Оценочная шкала свойства «удобство удержания»

Градация	Оценка, баллов
Форма ручки удобная для удержания, утолщенная, в конструкции ручки имеется упор для пальца	5
Форма ручки достаточно удобная для удержания, тонкая, упор для пальца отсутствует	4–3
Форма ручки фигурная, крайне затруднительно обеспечить плотный захват посуды при держании в руке	2–1

Удобство удержания изделия в руке раскрывается через форму, конструкцию и размер ручки изделия, а также через размер изделия.

Таблица 5 – Оценочная шкала свойства «удобство очистки»

Градация	Оценка, баллов
Гладкая поверхность изделия и стыков приставных деталей, отсутствуют лепные и рельефные украшения, широкий верхний диаметр обеспечивает доступ для внутренней очистки	5
Гладкая поверхность изделия, стыки приставных деталей несколько шероховатые, верхний диаметр недостаточно широкий, что затрудняет очистку изделия внутри	4–3
Рельефная поверхность изделия, имеются лепные и рельефные украшения, очищение затруднено малым верхним диаметром	2–1

Удобство ухода за посудой определяется ее фасоном, т. е. формой корпуса и конструкцией. Расширенная форма верхнего диаметра у чайников, отсутствие рельефных участков облегчают очистку изделия.

Соответствие эстетических показателей выбранным градациям обеспечивается оригинальностью формы и украшений, гармоничностью сочетания цветов в декоре, просвечиваемостью фарфоровых изделий.

Таблица 6 – Оценочная шкала свойства «оригинальность форм»

Градация	Оценка, баллов
Чайник оригинальной формы (бутон, слоник и др.), с рельефно-вырезным краем	5
Чайник круглой, овальной, шаровидной формы с гладким краем	4–3
Чайник цилиндрической формы с гладким краем	2–1

Оригинальность формы чайников определяется формой корпуса изделия, особенностями обработки края. Более оригинальны чайники сложных форм, например, в виде бутона, слоника, фруктов и других форм с рельефно-вырезным краем.

Таблица 7 – Оценочная шкала свойства «современность тематики рисунка»

Градация	Оценка, баллов
Оригинальная тематика рисунка, отвечающая модным тенденциям (силуэты, символика, архитектура, иностранные надписи и др.)	5
Классическая тематика рисунка (цветы, букеты, недостаточно отвечающие современным тенденциям моды)	4–3
Наличие простого рисунка в виде кружков, полосок и других устаревших рисунков	2–1

Отличные оценки получают оригинальные рисунки, отвечающие современным тенденциям в оформлении посуды и кухонного интерьера. Классические рисунки оцениваются более низкими баллами.

Таблица 8 – Оценочная шкала свойства «сочетание цветов в декоре»

Градация	Оценка, баллов
Гармоничное сочетание цветов в декоре, обеспечивающее отличный внешний вид изделию	5
Сочетание цветов в декоре, обеспечивающее хороший внешний вид	4–3
Несочетающиеся цвета в декоре, что обеспечивает удовлетворительный внешний вид	2–1

Сочетание цветов в декоре – важное свойство, определяющее внешний вид изделия. При оформлении керамической посуды действуют общепринятые правила сочетания цветов.

Таблица 9 – Оценочная шкала свойства «просвечиваемость»

Градация	Оценка, баллов
Контуров пальцев, находящихся на обратной стороне изделия, четко выражены	5
Заметна тень от контуров пальцев, находящихся на обратной стороне изделия	4–3
Не видно тени от контуров пальцев, находящихся на обратной стороне изделия	2–1

При определении просвечиваемости фарфоровых изделий органолептическим способом изделия, освещенные лампой 100 Вт, рассматривают на расстоянии 30–35 см от нее и наблюдателя, оценивая степень выраженности пальцев рук, находящихся на обратной стороне изделия.

Показатель надежности «устойчивость приставных деталей к механическим воздействиям» следует оценивать через толщину и форму ручек и носиков чайников.

Таблица 10 – Оценочная шкала свойства «устойчивость приставных деталей к механическим воздействиям»

Градация	Оценка, баллов
Детали толстые, ручка с небольшим изгибом и приближена к корпусу	5
Детали средней толщины, ручка со средним изгибом и достаточно близко отстоит от корпуса	4–3
Детали тонкие, ручка с большим изгибом и отдалена от корпуса	2–1

Толстые приставные детали, которые приближены к корпусу, в процессе использования отламываются и отбиваются гораздо реже по сравнению с тонкими деталями, отдаленными от корпуса.

Определение показателей качества керамической посуды органолептическим методом по описанным методикам с применением оценочных шкал рекомендуется проводить на розничных торговых предприятиях при формировании ассортимента, в частности при организации закупочной работы.

Список литературы

1. **ГОСТ 4.69-81.** Посуда фарфоровая и фаянсовая. Номенклатура показателей. – Введ. 1982-01-07. – М. : Изд-во стандартов, 1981. – 4 с.
2. **ГОСТ 283-90.** Изделия фарфоровые. Технические условия. – Введ. 1991-01-01. – М. : Изд-во стандартов, 1990. – 13 с.

V. ФИНАНСЫ, БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И АНАЛИЗ

Н. И. Барташевич (7515068@gmail.com),
ассистент кафедры бухгалтерского учета,
контроля и анализа хозяйственной деятельности

Гомельский государственный
университет имени Ф. Скорины
г. Гомель, Республика Беларусь

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ РАСЧЕТНОЙ СТОИМОСТИ ФИНАНСОВЫХ ВЛОЖЕНИЙ В АКЦИИ, ПО КОТОРЫМ НЕ ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ ТЕКУЩАЯ РЫНОЧНАЯ СТОИМОСТЬ

Целью данного исследования является разработка рекомендаций в области оценки стоимости акций организации. В работе был проведен анализ существующих методов оценки организации и предложен как наиболее эффективный алгоритм оценки стоимости организации методом дисконтированного денежного потока доходного подхода. Выводы исследования и предложенные методические рекомендации могут быть использованы организациями в качестве рекомендаций по внедрению в систему бухгалтерского учета методов доходного подхода к оценке стоимости акций организации.

The purpose of this research is development recommendations of in the assessment the value of the entity's shares. In this paper, were analyzed of existing methods of assessment of the organization and the algorithm valuation organization discounted cash flow method of the income approach as the most effective. Conclusions of the research and the proposed methodical recommendations can be used by organizations as a recommendation to introduce a system of accounting methods of the income approach to assessing the value of the entity's shares.

В условиях мирового финансового кризиса вопрос определения стоимости финансовых инструментов, по которым не определяется текущая рыночная стоимость, становится все более актуальным и обсуждаемым как на уровне органов, регулирующих учет финансовых инструментов в международном и национальном масштабе, так и в кругу лиц, подготавливающих финансовую отчетность, аудиторов и пользователей бухгалтерской отчетности. Чтобы достоверно отразить информацию о финансовых вложениях в акции, по которым не определяется текущая рыночная стоимость, их необходимо правильно оценить.

Экономист Н. С. Пласкова под оценкой акций организации понимает изучение рыночной стоимости той доли организации, на которую приходится рассматриваемый пакет акций [1].

По нашему мнению, акции организации оцениваются с той целью, чтобы определить наиболее вероятную цену, по которой может быть реализован данный объект на открытом рынке в условиях существования конкуренции, когда обе стороны действуют исходя из собственных интересов, разумно располагая всей информацией об объекте. Основой процедуры оценки акций организации является изучение стоимости как финансового инструмента, способного принести прибыль. Акции могут приносить прибыль своему владельцу в виде дивидендов и увеличения стоимости организации – факторов, связанных с расширением бизнеса и улучшением финансовых показателей.

Для того чтобы произвести достоверную оценку финансовых вложений в акции, по которым не определяется текущая рыночная стоимость, необходимо произвести оценку организации в целом.

В экономической литературе оценка организации состоит из определения рыночной стоимости активов и пассивов (недвижимости, оборудования, машин, запасов на складах, финансовых вложений, а также нематериальных активов – стоимости бренда, гудвила, интеллектуальной собственности, наработанной базы клиентов, отношений с персоналом и т. д.). При оценке организации также обязательно анализируется эффективность ее деятельности, настоящие, прошлые и потенциальные доходы, перспективы роста, динамика рынка.

Общеизвестно, что существует три подхода к оценке организации:

- сравнительный;
- затратный;
- доходный.

Сравнительный подход предполагает использование рыночных цен акций (долей) и операционных показателей организации с одинаковой отраслевой спецификой операционной деятельности. Особенностью этого подхода к оценке организации является ориентация итоговой величины стоимости, с одной стороны, на рыночные цены купли-продажи акций (долей), принадлежащих сходным организациям, с другой стороны, на фактически достигнутые финансовые результаты. В зависимости от целей, объекта и конкретных условий оценки сравнительный подход предполагает использование трех основных методов: метода компании-аналога, метода сделок, метода отраслевых коэффициентов.

На наш взгляд, преимуществом сравнительного подхода перед доходным и затратным подходами является то, что он базируется на рыночных данных и отражает соотношение спроса и предложения на рынках капитала. Методы компаний – аналогов и отраслевых коэффициентов предполагают, что инвесторы на фондовом рынке адекватно оценивают доходность и риск. В связи с этим стоимость оцениваемой закрытой организации, полученная путем сопоставления с подобными организациями, чьи акции находятся в свободном обращении на фондовых биржах, может считаться рыночной после внесения некоторых корректировок. Методы сравнительного подхода особенно эффективны при существовании активного рынка сопоставимых объектов оценки. Если же рыночная информация скудная, сделки купли-продажи нерегулярные, рынок слишком монополизирован, то оценки с помощью этих методов становятся неточными, а иногда и невозможными.

Кроме того, при применении на практике были выявлены следующие недостатки сравнительного подхода к оценке организации:

- отсутствие доступной разносторонней финансовой информации по большому числу сходных организаций, отбираемых в качестве аналогов;
- отсутствие полноценной информации о сделках и котировках акций сходных организаций вследствие неразвитости фондового рынка;
- использование в качестве базы для расчета достигнутых в прошлом финансовых результатов, что игнорирует перспективы развития организации в будущем;
- сложность определения корректировок к итоговой величине стоимости и внесения поправок в промежуточные расчеты, которые требуют серьезного обоснования и к числу которых можно отнести поправки, основанные на анализе различных условий деятельности (экономические, политические), а также индивидуальные особенности каждой организации;
- отсутствие критерия подбора аналогов из базы данных, так как сравнение приходится проводить по большому количеству факторов;
- отсутствие общепринятой методологии расчета поправок к стоимости объектов-аналогов.

Затратный подход предусматривает совокупность методов оценки стоимости организации, основанных на определении затрат, необходимых для воспроизводства либо замещения объекта с учетом его износа. К методам, применяемым при использовании затратного подхода к оценке организации в целом, относятся метод чистых активов и метод ликвидационной стоимости.

Затраты на изготовление объекта и его последующую реализацию являются важным фактором в формировании стоимости. При оценке организации моделируется процесс формирования цены продавца (предложения) исходя из соображений покрытия ценой всех произведенных издержек и получения достаточной прибыли. Поскольку методы затратного подхода исходят часто не из реальных цен на аналогичные объекты, а из рассчитанных нормативных затрат и нормативной прибыли, то они, безусловно, дают оценку не чисто рыночной стоимости, а так называемой стоимости объекта с ограниченным рынком.

По нашему мнению, к достоинствам затратного подхода к оценке организации в целом можно отнести:

- исключительную универсальность (для всех видов специальной и уникальной техники затратный подход часто оказывается единственно возможным);
- надежное обоснование результатов расчетов стоимости при достаточности исходных данных;
- надежность при оценке недавно созданных организаций.

В то же время у методов затратного подхода был выявлен и ряд недостатков:

- трудоемкость расчетов стоимости воспроизводства из-за их детализированности (могут быть оправданы в крупных и дорогостоящих объектах);
- не всегда надежная и достоверная исходная информация из сферы производства;
- затраты не всегда эквивалентны рыночной стоимости.

Основу доходного подхода составляет метод дисконтированного денежного потока. При определении рыночной стоимости организации учитывается только та часть капитала, которая может приносить доходы в той или иной форме в будущем. Определение стоимости организации данным методом основано на предположении о том, что потенциальный инвестор не заплатит за организацию сумму, большую, чем текущая стоимость будущих доходов этой организации. Поэтому этот метод оценки считается наиболее приемлемым с точки зрения инвестиционных мотивов, поскольку любой инвестор, вкладывающий деньги в действующую организацию, в конечном счете покупает не набор активов, состоящий из зданий, сооружений, машин, оборудования, нематериальных активов, а поток будущих доходов, позволяющий ему окупить вложенные средства, получить прибыль и повысить свое благосостояние.

Одним из вариантов доходного подхода к оценке действующей организации является метод капитализации прибыли. Он основан на том, что стоимость доли собственности в организации равна текущей стоимости будущих доходов, которые принесет эта собственность. Однако данный метод в оценке организаций, в отличие от оценки недвижимости, применяется довольно редко из-за значительных колебаний величин прибылей или денежных потоков по годам, что характерно для большинства оцениваемых организаций [2].

Подводя итог, хотелось бы отметить, что доходный подход к оценке организации обладает рядом преимуществ:

- учитывается доходность организации, что отражает основную цель ее функционирования;
- применяется при принятии решений о финансировании, анализе целесообразности инвестирования, обосновании решений о купле-продаже организации;
- учитываются перспективы развития организации;
- результаты позволяют руководителям организаций выявлять проблемы, тормозящие развитие организации, принимать решения, направленные на рост дохода организации.

Основными недостатками доходного подхода являются следующие:

- прогнозирование долговременного потока дохода затруднено сложившейся недостаточно устойчивой экономической ситуацией в мире, из-за чего вероятность неточности прогноза увеличивается пропорционально долгосрочному прогнозному периоду;
- усложняется расчет ставок капитализации и дисконтирования;
- факторы риска влияют на прогнозируемый доход;
- многие организации не показывают в отчетности реальный доход, на анализе которого базируется доходный подход, или же показывают убытки.

Проведя сравнительный анализ существующих подходов к оценке стоимости организаций, можно сделать вывод, что наиболее эффективным и оптимальным подходом к оценке стоимости организаций является доходный подход, так как именно он дает наиболее достоверную и полную оценку стоимости организации, соответствующую действительности. Именно результаты доходного подхода к оценке организации в дальнейшем могут быть использованы для определения и отражения в бухгалтерском учете стоимости финансовых вложений в акции, по которым не определяется текущая рыночная стоимость, что, в свою очередь, дает право руководству организации принимать оптимальные и эффективные управленческие решения на основе достоверной информации о стоимости активов организации.

Список литературы

1. **Пласкова, Н. С.** Стратегический и текущий экономический анализ : учеб. / Н. С. Пласкова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Эксмо, 2010. – 640 с.
2. **Рогова, Е. М.** Венчурный менеджмент : учеб. пособие / Е. М. Рогова, Э. А. Фияксель, Е. А. Ткаченко. – М. : ИД ГУ ВШЭ, 2011. – 440 с.

УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫМ ПОРТФЕЛЕМ: СТРАТЕГИЯ GRIT И СТРАТЕГИЯ РИСКА

В работе рассмотрены и описаны две основные стратегии управления инвестиционным портфелем в условиях рыночной неопределенности и риска, проанализирован на практическом примере механизм управления инвестиционным портфелем с помощью инструмента «японские свечи». Приведено описание сценариев развития инвестиционного портфеля.

In the research is described two main strategies of investment portfolio management in conditions of market uncertainty and risk, analysed an practice example the mechanism of investment portfolio management with the use of “Japanese candles”. Described the main scenarries of investment portfolio development.

В современных условиях формирования инвестиционных портфелей традиционный рейтинговый анализ рискованности проектов, входящих в комплекс, становится недостаточным, а статичность традиционных моделей (чистая текущая стоимость, внутренняя норма доходности, сравнение сроков окупаемости) в большинстве случаев не позволяет спрогнозировать поведение групп проектов, объединенных по определенным признакам или экономическим связям внутри портфеля.

Нарушение баланса в инвестиционном портфеле также чревато разрывом системных связей проектов, что инициирует структурный кризис портфеля. Структурный кризис – ситуация, при которой все возможные решения экономической саморегуляции инвестиционного портфеля с неизбежностью возвращают инвестора к исходной позиции, т. е. моменту формирования портфеля. Причина кризиса структуры заключается в нелинейности связей между составляющими проектами инвестиционного портфеля, их взаимодействием и взаимовлиянием.

Экспертами Международной финансовой корпорации были сформулированы следующие теоремы структурного кризиса, при выполнении условий которых необходимо проводить политику «спасения портфеля»:

- Невозможно выйти из структурного кризиса за счет «естественной» динамики систем, т. е. опираясь лишь на внутрипроектные ресурсы.
- Всякая неудачная попытка разрешить структурный кризис за счет проектных корректировок провоцирует «фатальную воронку» – банкротство или сворачивание проекта.
- Адекватной формой решения структурного кризиса может быть только инновация – усложнение структуры пространства решений за счет использования внешних по отношению к проекту ресурсов [1, с. 69–70].

Графическая динамика структурного кризиса инвестиционного портфеля (рисунок 1) служит доказательством вышеприведенных теорем о необходимости внешнего вмешательства в связи инвестиционного портфеля с целью его скорейшей стабилизации.

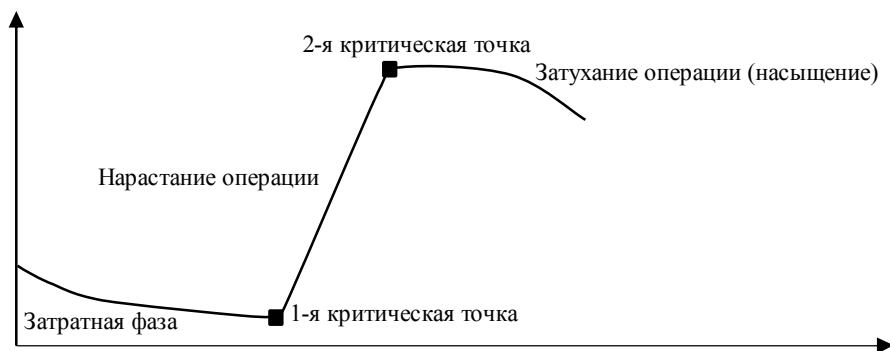


Рисунок 1 – Графическая динамика структурного кризиса инвестиционного портфеля
Примечание – Источник [2, с. 125].

Вероятность формирования «фатальной воронки», когда кризисные процессы, порожденные одним проектом, будут проникать через косвенные системные взаимосвязи в другие проекты, возрастает прямо пропорционально тесноте связей между проектами в портфеле. Нарастание колебаний уровня доходности портфеля приводит к общему инвестиционному резонансу, который грозит разрушением инвестиционного портфеля. Определив проблему, необходимо перейти к рассмотрению инструментов ее решения: стратегии GRIT и инструменту «японские свечи».

«Японские свечи» – это графическое искусство технического анализа меркантильных целей инвестора во времени, условий риска и неопределенности; искусство прогнозирования в условиях минимальной информационной базы, лимита времени, высокой конкуренции за право на инвестиционный сценарий. Расшифровка компонентов инструмента «японские свечи» представлена на рисунке 2.

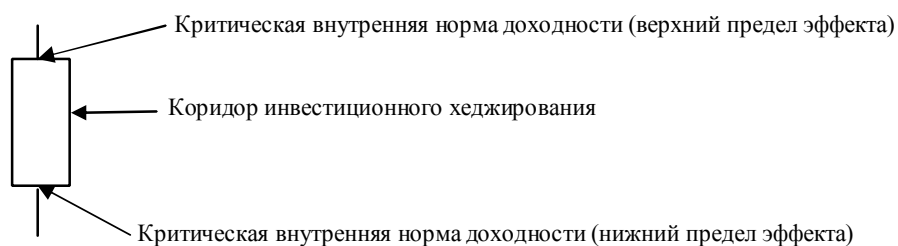


Рисунок 2 – «Японская свеча» и ее компоненты

Примечание – Источник [3, с. 238].

Чтобы лучше уяснить функцию хеджирования с помощью графиков «японских свечей», решим следующий пример.

Пример. Необходимо построить инвестиционный портфель на основании данных о трех проектах, определить рейтинг эффективности и выделить коридор инвестиционного хеджирования.

Исходные данные

Проект 1. Инвестиционные затраты составляют 2 500 тыс. долл. США, положительные денежные потоки через 2 года после окончания реализации – 3 000 тыс. долл. США, умноженные на 2.

Проект 2. Инвестиционные затраты составляют 3 500 тыс. долл. США, положительные денежные потоки через 2 года после окончания реализации – 3 000 тыс. долл. США, умноженные на 2.

Проект 3. Инвестиционные затраты составляют 1 000 тыс. долл. США, положительные денежные потоки составляют постоянные поступления в течение 5 лет в размере 500 долл. США.

Ставка дисконта (к одному моменту времени), или годовой темп прироста инфляции, равна 24%.

Решение

Сначала определим чистую текущую стоимость (*ЧТС*) каждого проекта, т. е. дисконтированную разность между поступлениями и затратами по проекту:

- $ЧТС_1 = 3\,000 : (1 + 0,24)^3 + 3\,000 : (1 + 0,24)^4 - 2\,500 = 342$ долл. США;
- $ЧТС_2 = 3\,000 : (1 + 0,24)^3 + 3\,000 : (1 + 0,24)^4 - 3\,500 = -658$ долл. США (проект убыточен при реализации заданного инвестиционного сценария);
- $ЧТС_3 = 500 \cdot 1 - (1 + 0,24)^{-5} : 0,24 - 1\,000 = 373$ долл. США.

Затем вычислим внутреннюю норму доходности (*ВНД*), т. е. ставку дисконта, при которой *ЧТС* проекта равняется нулю:

- $ВНД_1 = 0,24 + 342 \cdot (0,3 - 0,24) : (342 + 85) = 0,29$, или 29%;
- $ВНД_2 = 0,11 + 802,9 \cdot (0,24 - 0,11) : (802,9 + [-658]) = 0,18$, или 18%;
- $ВНД_3 = 0,24 + 373 (0,44 - 0,24) : (373 + 74,2) = 0,41$, или 41%.

Исходя из полученных результатов расчета эффективной ставки дисконта по инвестиционным проектам (верхний предел эффекта) можно сделать вывод о том, что инвестиционные сценарии проектов 1 и 3 обладают приростным запасом инвестиционной безопасности по сравнению с принятой нормой дисконта (нижний предел эффекта), соответственно, 5% (29 – 24) и 17% (41 – 24). Проект 2 имеет значение показателя *ВНД* ниже критической отметки, и в на-

шем примере будет играть роль источника разбалансировки инвестиционного портфеля: снижение допустимого предела составляет 6% (18 – 24).

Разработать антикризисный сценарий управления разбалансированным портфелем инвестиционных проектов с возможностью процессинговой оптимизации управления позволяет представленный на рисунке 3 график. В данном случае снижение эффективности ниже критического порога на 6% можно перекрыть природной эффективностью по двум другим проектам, взяв от одного или двух проектов недостающие 6% эффективности. Искусственно прервав процесс реинвестирования, мы перекрываем убытки по проекту, сохраняя статус успешного инвестора на рынке. В условиях нестабильной динамики процентных ставок на рынке капитала такой вариант вполне приемлем, так как организация сохраняет финансовую независимость от кредитно-финансовых институтов, что особенно важно при тренде эффекта финансового рычага, направленного к нулю, а затем и отрицательную область.

Следующим шагом реализации стратегии GRIT является построение графической модели (см. рисунок 3).

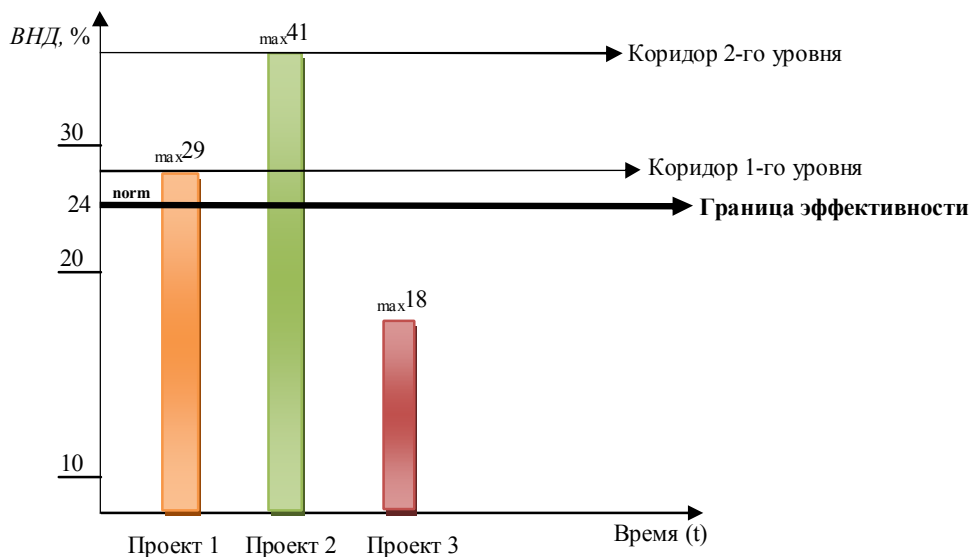


Рисунок 3 – Определение коридора инвестиционного хеджирования

Примечание – Источник: собственная разработка автора.

Суть стратегического риска проще всего продемонстрировать на примере шахмат. Пусть в некоторой позиции существует две возможные стратегии за черных. В рамках первой стратегии они стремятся отбить атаку, используя классические приемы. Аналогичные методы применяет и наступающая сторона. Из 100 партий, сыгранных таким образом, белые выиграют 5, проиграют 3, остальные 92 партии закончатся вничью. Иными словами, при данной (классической) стратегии черные набирают 49% возможных очков. При альтернативной стратегии черные жертвуют пешку или даже фигуру, стремясь резко изменить характер позиции, отклонить ее от равновесия и перехватить инициативу. Если белые справятся с этим неожиданным наскоком, у них складывается ясная перспектива победы. Из 100 партий, сыгранных таким образом, белые выиграют 40, проиграют 20, еще 40 разыгрывают вничью. Черные набирают 40% возможных очков, т. е. заметно меньше, чем при стандартной позиционной игре. Однако шансы выиграть партию при второй стратегии почти в 7 раз больше, чем при первой. И если, как это часто бывает, ничья для игрока равносильна поражению, следует отказаться от оптимального способа действий и избрать путь риска.

Список литературы

1. Гитман, Л. Дж. Основы инвестирования : [пер. с англ.] / Л. Дж. Гитман, М. Д. Джонк. – М. : Дело, 2006. – 680 с.
2. Давыденко, Л. Н. Модели конкурентных стратегий деятельности предприятий на рынках наукоемкой продукции / Л. Н. Давыденко, В. М. Пинчук // Экономика и упр. – 2012. – № 4. – С. 23–29.
3. Крушвиц, Л. Финансирование и инвестиции. Неоклассические основы теории финансов : [пер. с нем.] / Л. Крушвиц. – СПб. : Питер, 2008. – 490 с.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СУЩНОСТИ И КЛАССИФИКАЦИИ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ

Целью статьи является исследование наиболее фундаментальных свойств финансовых рисков, их сущности и взаимосвязи между ними. При этом в центре внимания выступают финансовые риски субъектов хозяйствования, поскольку в основном именно они принимают на себя рассматриваемые риски. Автор предлагает по-новому взглянуть на проблему классификации финансовых рисков.

The purpose of the article is to study the most fundamental properties of the financial risks of their essence, the relationship between them. In the spotlight are the financial risks of economic entities, mainly because they assume the risks considered. The author offers a new look at the problem of classification of financial risks.

Одной из «вечных» тем экономической науки является происхождение финансовых рисков, их взаимосвязь и возможности уменьшения. Несмотря на определенное развитие данного направления в финансово-экономических исследованиях, нельзя не признать, что в этой области все еще имеется множество пробелов. Следует подчеркнуть недостаточное понимание природы финансового риска субъектами хозяйствования, функционирующими на финансовом рынке. Перечисленные обстоятельства, а также явное преувеличение возможностей современных финансовых инструментов управления рисками предопределяют актуальность выбранной для исследования темы.

Следует отметить, что до сих пор в финансово-экономической науке нет общепризнанного определения финансового риска, а также однозначного понимания, какие же риски являются собственно финансовыми. Рассмотрев наиболее часто встречающиеся определения финансового риска, разделим их на три группы.

Первую группу составляют определения, где риск рассматривается как событие и его последствия. В общем виде такую точку зрения можно сформулировать следующим образом: риск – сочетание вероятности события и его последствий [1, с. 11].

Ко второй группе относятся определения риска как деятельности. Например, риск – это деятельность, связанная с преодолением неопределенности в ситуации неизбежного выбора, в процессе которой имеется возможность количественно и качественно оценить вероятность достижения предполагаемого результата, неудачи, отклонения от цели [2, с. 8].

И наконец, третью группу формируют определения, которые в целом рассматривают риск как вероятность ошибки или успеха того или иного выбора в ситуации с несколькими альтернативами. Исследования, относящиеся к данной группе, наиболее многочисленные, и большинство авторов придерживается точки зрения, что финансовый риск – это вероятность (угроза) потери организацией части своих ресурсов, недополучения доходов или появления дополнительных расходов в результате осуществления определенной производственной и финансовой деятельности [3, с. 14]. Данная трактовка финансового риска постепенно становится преобладающей, однако зачастую сопровождается заменой категории «вероятность» на категорию «возможность».

Конкретные определения риска в каждой из групп различаются в зависимости от того, что выделяется в качестве результата реализации риска: только потери и упущенная выгода или же потери, упущенная выгода и доход (счастливый исход).

Таким образом, нам предложен выбор: связывать ли риск только с негативными последствиями для субъектов хозяйствования или же выделять еще и положительное воздействие риска.

Изначально само понятие «риск» связывалось с потерями. Однако в 90-е гг. прошлого столетия произошла попытка переосмысления этого понятия и риск стал рассматриваться как вероятность любого отклонения (положительного или отрицательного).

На основе анализа существующих подходов и собственных представлений автора выделим следующие главные признаки рисков:

- случайный характер события, определяющий один из возможных вариантов его реализации на практике (наличие неопределенности);
- результат реализации риска – потери, упущенная выгода;

- вероятность получения дополнительной прибыли (дохода);
- риск неизбежно сопутствует деятельности субъекта хозяйствования любой формы собственности;
- наличие альтернативных решений;
- определение вероятности исходов и ожидаемых результатов.

Таким образом, финансовый риск – это вероятность благоприятных и неблагоприятных последствий, которые могут наступить при реализации выбранного альтернативного решения в условиях неопределенности ситуации.

Что касается классификации финансовых рисков, то наиболее обоснованной, на наш взгляд, является точка зрения, согласно которой к собственно финансовым рискам относятся только рыночный, кредитный, валютный, процентный риски, риск ликвидности, риск снижения финансовой устойчивости.

Рыночный и кредитный риски представляют собой риски владения соответствующими финансовыми инструментами. Эти риски являются индивидуальными и систематическими и связаны не только с действиями конкретного субъекта хозяйствования, но и с изменением рыночной среды. Рыночный риск может оказывать влияние на деятельность организации как систематический, если происходит изменение рыночной цены на данный продукт или в данном сегменте рынка, а также может проявляться и как индивидуальный риск, если организация осуществила инвестиции в финансовый инструмент, цена которого резко изменилась вне связи с общей рыночной конъюнктурой. Аналогичным образом проявляет себя и кредитный риск. Риск потерь может быть связан с плохим кредитным портфелем данного банка или с общим снижением кредитоспособности контрагентов.

Риск ликвидности и валютный риск являются исключительно индивидуальными рисками, поскольку их природа проистекает из-за несовпадения параметров активов и обязательств соответствующей организации. В случае идеальной сбалансированности активов и капитала и обязательств субъекта хозяйствования по срокам и валюте реализация данных рисков невозможна.

Процентный риск возникает как результат неполной корреляции в движении ставок размещения и привлечения ресурсов. На процесс несбалансированности процентных ставок отдельный субъект хозяйствования не может оказать влияния в полной мере и, следовательно, не может в полной степени застраховаться от данного типа риска. Поэтому даже при полной сбалансированности процентных ставок по срокам процентный риск не исчезает и может быть признан как постоянный систематический риск. Таким образом, процентный риск представляет собой индивидуальный риск по «происхождению», но обладающий характеристиками систематического риска.

При этом именно риск ликвидности, валютный и процентный риски являются результатом выполнения одной из основных функций финансового посредничества – трансформации активов. Несбалансированность активов и капитала и обязательств организации по срокам и валюте может в большей степени меняться под ее воздействием.

Риск снижения финансовой устойчивости организации (или риск нарушения равновесия финансового развития) генерируется несовершенством структуры капитала (чрезмерной долей используемых заемных средств), порождающим несбалансированность положительного и отрицательного денежных потоков организации по объемам. Природа этого риска и формы его проявления рассмотрены в процессе изложения действия механизма финансового леввериджа. В составе финансовых рисков по степени опасности (генерирования угрозы банкротства субъекта хозяйствования) этот вид риска играет ведущую роль.

Многие авторы придерживаются более широкой трактовки финансовых рисков. Так, например, очень популярно включение в число финансовых так называемых операционных рисков, под которыми подразумевают ошибки персонала, отказы технических и информационных систем, мошеннические действия, другие преступления и т. д. Признавая исключительную важность управления такими рисками и возможные существенные потери в случае их реализации, нельзя согласиться с тем, что они собственно финансовые, ведь по своей природе они ничем не отличаются от подобных рисков в нефинансовых компаниях.

Таким образом, залог успешного уменьшения уровня финансовых рисков зависит не только от правильно выбранного метода оценки и управления рисками, но и правильного понимания самой сущности понятия «финансовые риски», точной классификации и наличия необходимой информации для принятия решения, которые позволят менеджеру верно определить вид риска и оперативно принять меры по снижению возможных потерь или вероятности риска.

Список литературы

1. **Титович, А. А.** Менеджмент риска и страхования : учеб. пособие / А. А. Титович. – М. : Высш. шк., 2004. – 256 с.
2. **Уродовских, В. Н.** Управление рисками предприятия : учеб. пособие / В. Н. Уродовских. – М. : ВЗФЭИ, 2009. – 130 с.
3. **Грабовый, П. Г.** Риски в современном бизнесе : учеб. пособие / П. Г. Грабовый. – М. : Аланс, 1994. – 150 с.

В. О. Зарецкий (horns_and_hoofs@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент кафедры бухгалтерского
учета, анализа и аудита в промышленности

*Белорусский государственный
экономический университет
г. Минск, Республика Беларусь*

ПРОБЛЕМЫ И РАЗВИТИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОТРАЖЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ ОТ ТЕКУЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ОПЕРАЦИОННО-РЕЗУЛЬТАТНОМ СЧЕТЕ

В статье проведено исследование действующей методики отражения информации о доходах и расходах по текущей деятельности на операционно-результатном счете 90, а также выявления на нем финансовых результатов. Выявлены существенные недостатки существующей методики и аргументированы основные направления по ее совершенствованию. В частности, предложено отражать входящие в отпускную цену реализованной продукции косвенные налоги на отдельных субсчетах второго порядка, открываемых к субсчету 90/1 «Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг», формировать показатели промежуточных финансовых результатов (валовой прибыли и прибыли от реализации) на отдельных субсчетах с помощью процедуры внутренних записей на счете 90.

The paper investigated the current technique of reflection information on income from continuing operations to the operation comparative score of 90, as well as identifying it financial results. Revealed significant shortcomings of the existing methods and argued the main directions for its improvement. In particular proposed to reflect included in the selling price of goods sold indirect taxes on individual sub-accounts of the second order to the sub-account opened 90/1 “Revenue from sales of products, works and services”, to form figures of the interim financial results (gross profit and profits from the sale) to separate subaccounts using the procedure of internal records on the account 90.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что с 2008 г. после введения в Отчет о прибылях и убытках нового показателя финансовых результатов «валовая прибыль», его формирование обеспечивалось вне системы счетов бухгалтерского учета. Аналогичная ситуация также характерна для стран с развитыми рыночными отношениями и государств СНГ. Это противоречит теории бухгалтерского учета, согласно которой каждый показатель, представленный в бухгалтерской отчетности, должен формироваться в системе счетов бухгалтерского учета, и обуславливает необходимость определения показателя валовой прибыли на счете 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности».

В настоящее время на счете 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности» формируется только конечный финансовый результат от осуществления основных видов деятельности – прибыль (убыток) от текущей деятельности. Это осуществляется путем сопоставления кредитовых и дебитовых оборотов счета 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности». Сформированная между ними разница в виде прибыли или убытка переносится на финансово-результатный счет 99 «Прибыли и убытки» [1].

В конце отчетного периода все субсчета, открытые к счету 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности», закрываются внутренними записями на субсчет 90/11 «Прибыль (убыток) от текущей деятельности». В итоге, счет 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности» сальдо на конец отчетного периода не имеет. Однако по своему экономическому содержанию показатель прибыли (убытка) от текущей деятельности является имплицитным (подразумеваемым) сальдо. Если бы методологией бухгалтерского учета не предусматривалось закрытие данного операционно-результатного счета, то в конце отчетного периода выявленная прибыль от текущей деятельности являлась бы кредитовым сальдо счета 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности», а выявленный убыток – дебитовым сальдо. Однако действующая методика формирования финансового результата на счете 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности» основывается на принципе абшлюса, при котором сальдо (в данном случае прибыль или убыток) отражается по «слабой» стороне счета, что в итоге позволяет достичь баланса счета

[2, с. 127]. Основываясь на данной точке зрения и принимая во внимание тот факт, что валовая прибыль и прибыль (убыток) от реализации являются промежуточными финансовыми результатами от осуществления основных видов деятельности, можно констатировать, что данные объекты бухгалтерского учета являются промежуточными имплицитными сальдо счета 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности».

Прежде чем перейти к обоснованию методики отражения на счете 90 показателей «валовая прибыль» и «прибыль (убыток) от реализации продукции, товаров, работ, услуг», обратим внимание на порядок отражения на данном операционно-результатном счете выручки и относящихся к ней косвенных налогов. Последние, согласно Типовому плану счетов бухгалтерского учета, отражаются по дебету отдельных субсчетов, открытых к счету 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности», таких как 90/2 «Налог на добавленную стоимость, исчисляемый из выручки от реализации продукции, товаров, работ, услуг», 90/3 «Прочие налоги и сборы, исчисляемые из выручки от реализации продукции, товаров, работ, услуг» [1].

В свою очередь, по кредиту счета 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности», субсчету 1 «Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг» отражается сумма выручки от реализации продукции и величины входящих в цену реализации косвенных налогов. Однако этот порядок учета выручки от реализации противоречит международной учетной практике, согласно которой косвенные налоги, входящие в состав выручки от реализации, не являются составной частью доходов организации. В связи с этим в отчетах о прибылях и убытках стран с развитой рыночной экономикой выручка отражается без косвенных налогов.

В отечественной системе бухгалтерского учета показатель выручки от реализации без косвенных налогов, т. е. непосредственная величина доходов от осуществления основных видов экономической деятельности, не формируется на счетах бухгалтерского учета и определяется расчетным путем только в Отчете о прибылях и убытках. Более того, сформированная информация о косвенных налогах на отдельных субсчетах счета 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности» при расчете итогового показателя прибыли (убытка) от текущей деятельности продукции путем сопоставления кредитового и дебитового оборотов счета 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности» создает иллюзию, что косвенные налоги являются одним из видов расходов организации от осуществления основных видов деятельности. Однако косвенные налоги расходами организации не являются, так как они не способствуют выбытию активов и (или) увеличению обязательств, ведущих к уменьшению капитала. Данные налоги способствуют увеличению обязательств организации перед бюджетом с той точки зрения, что их величину оплачивает не сам субъект хозяйствования, а третья сторона, т. е. покупатель продукции.

Для формирования достоверных данных о поступающей выручке от реализации продукции и косвенных налогах предлагаем к субсчету 90/1 «Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг» открыть следующие субсчета второго порядка: 90/1/1 «Выручка-нетто от реализации продукции, товаров, работ, услуг», 90/1/2 «Налог на добавленную стоимость, исчисляемый из выручки от реализации продукции, товаров, работ, услуг», 90/1/3 «Прочие налоги и сборы, исчисляемые из выручки от реализации продукции, товаров, работ, услуг».

В итоге, на субсчете 90/1 «Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг» будут формироваться три независимых факта хозяйственной жизни: выручка-нетто от реализации готовой продукции (на субсчете 90/1/1 «Выручка-нетто от реализации продукции»), косвенные налоги, входящие в цену реализации (на субсчете 90/1/2 «Налог на добавленную стоимость, исчисляемый из выручки от реализации продукции, товаров, работ, услуг» и субсчета 90/1/3 «Прочие налоги и сборы, исчисляемые из выручки от реализации продукции, товаров, работ, услуг»), цена реализации готовой продукции (непосредственно на субсчете 90/1 как алгебраическая сумма величин выручки-нетто от реализации продукции и соответствующих ей косвенных налогов).

Когда в системе счетов будет полностью сформирована выручка от реализации продукции, по дебету субсчета 90/2 «Себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг» отразится соответствующая ей информация о себестоимости реализованной продукции. В итоге, сформированная по счету 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности» информация о реализованной продукции будет являться предпосылкой для объективного определения величины валовой прибыли.

Показатель валовой прибыли считаем целесообразным отражать по субсчету 90/3 «Валовая прибыль (валовой убыток)». Процесс формирования информации о валовой прибыли будет происходить следующим образом:

- выручка-нетто от реализации продукции списывается с дебета субсчета 90/1/1 «Выручка-нетто от реализации продукции, товаров, работ, услуг» в кредит субсчета 90/3;

- соответствующая выручке-нетто величина себестоимости реализованной продукции списывается в дебет субсчета 90/3 с кредита субсчета 90/2 «Себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг»;
- путем сопоставления кредитового и дебитового оборотов субсчета 90/3 определяется величина валовой прибыли (валового убытка), которая далее списывается с дебета (кредита) субсчета 90/3 в кредит (дебет) субсчета 90/6 «Прибыль (убыток) от реализации продукции, товаров, работ, услуг».

В конце отчетного периода в дебет субсчета 90/6 будут перенесены с кредита субсчетов 90/4 «Управленческие расходы» и 90/5 «Расходы на реализацию» соответствующие расходы. Таким образом, станет возможным определение показателя прибыли (убытка) от реализации путем сопоставления кредитового и дебитового оборота субсчета 90/6. Результатом данного сопоставления будет являться показатель прибыли от реализации, который будет списан в кредит (дебет) субсчета 90/11 «Прибыль (убыток) от текущей деятельности».

Предлагаемая методика отражения информации на счете 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности» по сравнению с действующей обладает определенным недостатком. Он заключается в наличии внутренних записей по счету 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности» при формировании показателей валовой прибыли (валового убытка) и прибыли (убытка) от реализации, которые приводят к искусственному завышению оборотов по счету 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности». Однако необходимо отметить, что и в настоящее время данный счет не избавлен от внутренних записей, а значит от искусственного завышения оборотов, когда в конце отчетного периода на субсчет 90/11 «Прибыль (убыток) от текущей деятельности» закрываются все субсчета, открытые к счету 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности». Данные записи производятся исходя из требований методологии бухгалтерского учета, без учета экономического содержания показателей, которые формируются на отдельных субсчетах счета 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности».

В итоге, на субсчете 90/11 «Прибыль (убыток) от текущей деятельности» в настоящее время происходит формирование показателя прибыли (убытка) от текущей деятельности в реверсном (обратном) порядке, т. е. сначала рассчитывается сам показатель прибыли путем сопоставления кредитового и дебитового оборотов счета 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности», и только в конце отчетного периода на данном субсчете отражаются его факторы: выручка-брутто, косвенные налоги, себестоимость реализованной продукции, управленческие расходы, расходы на реализацию, прочие доходы и расходы по текущей деятельности.

В разработанной методике отражения информации на соответствующих субсчетах счета 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности» все расчетные показатели (валовая прибыль и прибыль от реализации) формируются исходя из их экономического содержания: сначала отражается информация об их факторах, а затем определяется сам показатель. Наличие искусственных оборотов по счету 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности» объясняется тем, что этот счет объединяет несколько самостоятельных счетов, на которых формируются независимые и однородные показатели. Как справедливо отмечает Я. В. Соколов, счет 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности» – «это только символ, некий группировочный признак, в действительности весь учет ведется на субсчетах» [3, с. 488]. Так, формирование в системе счетов бухгалтерского учета показателей валовой прибыли (валового убытка), прибыли (убытка) от реализации и прибыли (убытка) от текущей деятельности обуславливает имманентное наличие внутренних записей по счету 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности».

Таким образом, предлагаемая методика формирования информации о финансовых результатах от текущей деятельности на операционно-результатном счете 90 позволит осуществить следующее:

- сформировать необходимую информацию о двух показателях финансовых результатов от осуществления основных видов деятельности – валовой прибыли и прибыли от реализации на отдельных субсчетах, открытых к счету 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности»;
- придать экономический смысл внутренним записям при формировании информации о финансовых результатах на операционно-результатном счете 90, а также на иных подобных счетах;
- привести в соответствие порядок формирования информации на счете 90 структуре и процедуре расчета показателей, представленных в Отчете о прибылях и убытках.

Список литературы

1. **Инструкция** по применению Типового плана счетов бухгалтерского учета : утв. постановлением М-ва финансов Респ. Беларусь от 29 июня 2011 г. № 50 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 4000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.
2. **Ришар, Ж.** Бухгалтерский учет: теория и практика : [пер. с фр.] / Ж. Ришар ; под ред. Я. В. Соколова. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 160 с.
3. **Соколов, Я. В.** Новый план счетов и основы ведения бухгалтерского учета / Я. В. Соколов, В. В. Патров, Н. Н. Карзаева. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 606 с.

Н. В. Кешенкова (keshenkova@yandex.ru),
канд. экон. наук, ведущий специалист
управления стратегического планирования

Правительство Ярославской области
г. Ярославль, Российская Федерация

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ РЫНКА ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В статье рассматриваются основные тенденции развития ипотечного кредитования субъектов Российской Федерации. Проблема объекта – высокие ставки по ипотечным кредитам (низкая доступность для российского населения), высокая стоимость жилья. Цель работы – анализ современных тенденций развития рынка ипотечного кредитования в Российской Федерации. Результатом работы является выработка рекомендаций для преодоления недоступности ипотечного кредитования для населения Российской Федерации (стабильная экономическая ситуация в стране и динамично развивающийся рынок труда, низкие процентные ставки по ипотечному кредитованию, невысокий первоначальный взнос, активное строительство нового доступного жилья экономкласса, устранение административных барьеров).

In this article the main tendencies of mortgage lending development of Russian Federation constituent territories are being reviewed. The problems of the object are high lending rates (low level of availability for the population of Russia) and high prices of boarding. The aim of the present work is to make an analysis of the modern tendencies of the mortgage lending market development in Russia. The work has the following results making recommendations for the overcoming of mortgage lending unavailability for the population of the Russian Federation (sustained economic situation in the country and dynamic job market, low percentage rates of the mortgage lending and little primary contribution, active construction activity of new economy class affordable housing, administrative burdens elimination).

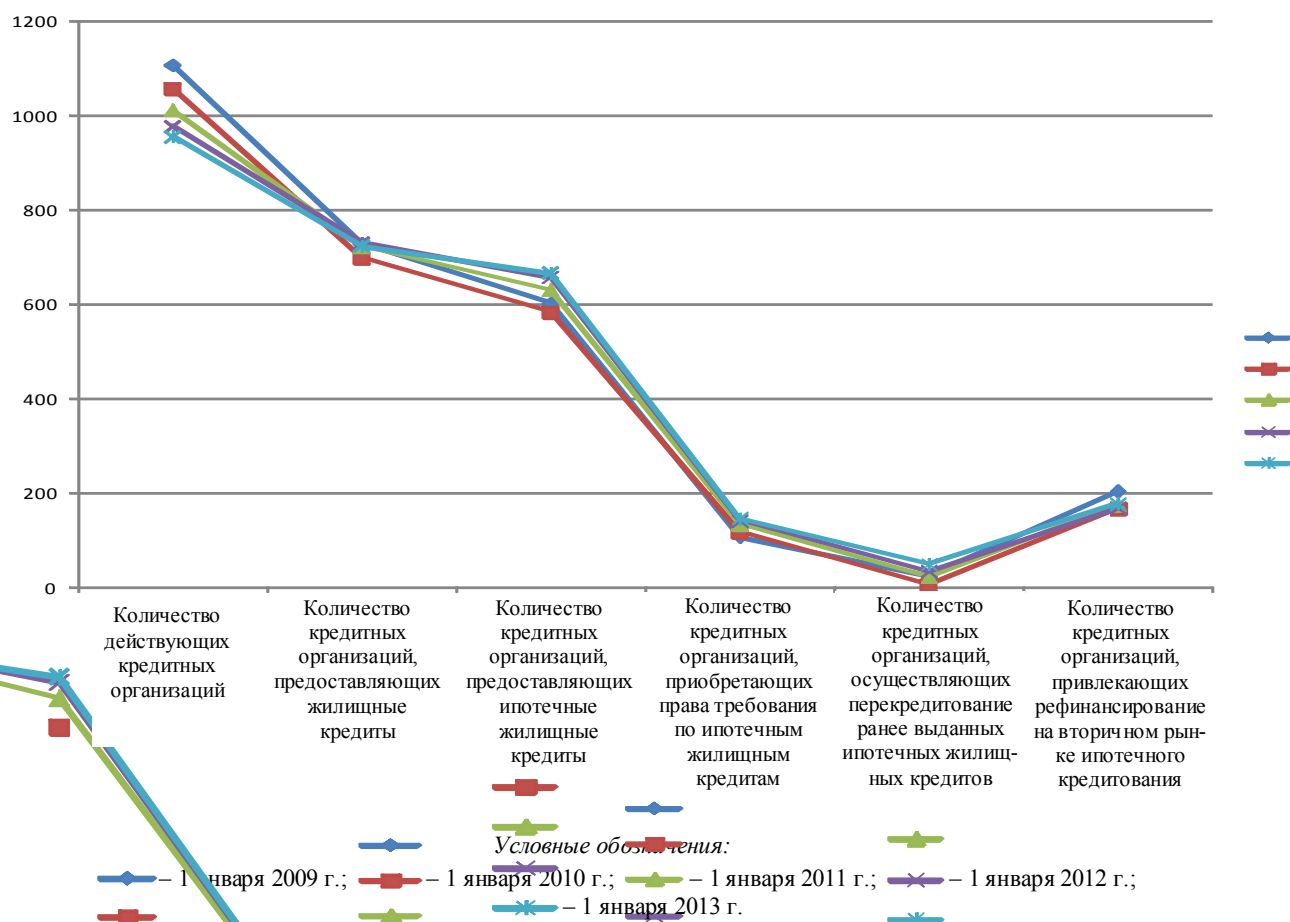
По данным исследований специалистов, в 2012 г. в России наблюдалось постепенное замедление темпов роста экономики (прирост валового внутреннего продукта составил 3,4%, что является самым низким уровнем с 1999 г.), которое было обусловлено нестабильностью и постоянной угрозой снижения потребительской активности населения, в том числе на рынке жилья и ипотечного кредитования.

Характеризуя развитие рынка жилья и ипотечного кредитования отметим, что по итогам 2012 г. количество прав собственности, зарегистрированных в сделках с жильем, превысило 4,2 млн р., что на 8,5% выше уровня 2011 г. К концу 2012 г. цены на жилье выросли по сравнению с концом 2011 г. на 13%, в то время как инфляция за этот период составила более 5%.

Среди регионов рост цен на жилье (индекс выше 100%) наблюдался на первичном рынке в 77 регионах (лидерами являются Мордовия (132%), Хабаровский край (127%) и Республика Коми (122%)), на вторичном рынке – в 80 регионах (лидерами являются Магаданская область (144%), Республика Коми (129%) и Хабаровский край (128%)). Падение цен (менее 2%) было зафиксировано на первичном рынке в трех регионах (лидерами являются Ивановская область, Адыгея и Дагестан), на вторичном рынке (менее 1%) – в двух регионах (лидерами являются Кабардино-Балкария и Челябинская область).

На рисунке, представленном ниже, наглядно показано количество кредитных организаций-участников рынка жилищного (ипотечного жилищного) кредитования за период с 1 января 2009 г. по 1 января 2013 г. [1].

Количество кредитных организаций-участников рынка жилищного (ипотечного жилищного) кредитования за период с 1 января 2009 г. по 1 января 2013 г.



Из рисунка видно, что на 2010 г. приходится наименьшее количество кредитных организаций, осуществляющих перекредитование ранее выданных ипотечных жилищных кредитов. Вместе с тем, наибольшее количество действующих кредитных организаций приходится на 2009 г. Основными игроками рынка ипотечного кредитования являются 10 банков, занимающих лидирующие позиции на российском рынке ипотечного кредитования в 2012 г. Объем выдачи ипотечных кредитов этих банков представлен в нижеследующей таблице.

Топ-10 банков рынка ипотечного кредитования в 2012 г.

Наименование банка	Объем выдачи ипотечных кредитов, млн р.	Рост по сравнению с 2011 г., %
ОАО «Сбербанк России»	455 522	32
ЗАО «ВТБ 24»	157 574	96
ЗАО КБ «ДельтаКредит»	28 148	34
ОАО АКБ «Росбанк»	17 637	35
ОАО «Номос-банк»	15 926	60
ОАО АКБ «Связь-банк»	15 414	93
ОАО «Уралсиб»	13 984	45
ОАО «МТС-Банк»	12 379	175
ОАО Банк «Возрождение»	11 801	29
ЗАО «ЮниКредит Банк»	8 993	13

На основании данных таблицы можно сказать, что основную массу выдаваемых ипотечных кредитов в последние годы обеспечивают два участника рынка ипотечного кредитования – ОАО «Сбербанк России» (около 50%) и ЗАО «ВТБ 24» (около 15%). При этом основная доля всех выданных ипотечных кредитов приходится на кредиты, выданные под залог приобретаемой заемщиком недвижимости.

Можно отметить, что с начала 2012 г. наметилась тенденция снижения требований к подтверждению дохода заемщика, и к концу года лидеры рынка (ОАО «Сбербанк России», ЗАО «ВТБ 24»),

ЗАО КБ «ДельтаКредит» и ОАО АКБ «Росбанк») уже предоставляли ипотечные программы без подтверждения дохода заемщика отдельной справкой.

Ипотека постепенно становится результатом тесного взаимодействия банков с застройщиками, риэлторами и брокерами, что ускоряет подготовку и проведение ипотечной сделки и открывает дополнительные возможности по привлечению клиентов.

Конкуренция на ипотечном рынке России обостряется на трех уровнях: между частными банками и государственным сектором (ОАО «Сбербанк России», ЗАО «ВТБ 24», ОАО «Газпромбанк» и ОАО «Агентство по ипотечному жилищному кредитованию» (АИЖК), собственно частными банками и государственными банками и АИЖК. По мнению экспертов, растущая конкуренция на рынке и расширение круга игроков ипотечного рынка способствуют снижению ставок по ипотеке. В последние годы имело место широкое распространение плавающих ставок.

Срок рассмотрения заявки на ипотечный кредит сократился и составил от 3 до 5 дней. Практически у всех банков первоначальный взнос опустился в среднем до 20% от стоимости приобретаемого жилья. В других вариантах первоначальный взнос может быть ниже стандартного в случае реализации программ по приобретению жилья у застройщиков из числа партнеров банка, для работников «зарплатных» и корпоративных клиентов либо работников материнской компании в кэптивном банке. Ипотечные вклады в настоящее время являются больше маркетинговым и психологическим инструментом привлечения клиентов. По мнению специалистов, такой подход поможет клиентам приобрести недвижимость [2].

Модным инструментом по привлечению клиентов становятся ипотечные центры. В таком центре можно в комфортной обстановке получить развернутую консультацию по вопросам, связанным с приобретением жилья в кредит, получить сертификат на скидку по процентной ставке, подать заявку на получение кредита, оформить ипотечную сделку и даже совершить расчеты по ней с продавцом.

Банки стали активно разрабатывать разнообразные собственные ипотечные программы, например, появились целевые программы кредитования на ремонт жилья, первоначальный взнос по ипотеке, приобретение коммерческой недвижимости.

В последние годы появились новые подходы к разработке ипотечных программ для определенной категории потребителя: молодых семей, военнослужащих, индивидуальных предпринимателей.

По мнению экспертов, недостаток долгосрочных ресурсов является основным фактором, сдерживающим развитие ипотечного кредитования, как среди российских, так и зарубежных кредиторов. В связи с этим на западе уже достаточно давно был разработан эффективный механизм привлечения долгосрочных инвестиций на ипотечный рынок, который позволяет банкам постоянно наращивать объемы выдаваемых кредитов под залог жилья (механизм секьюритизации) и представляет собой преобразование долговых обязательств в ценные бумаги. Российские банки получили возможность использовать механизм секьюритизации в 2003 г., когда был принят закон «Об ипотечных ценных бумагах» [3].

Основным тормозящим фактором в этом вопросе, по мнению экспертов, считается указанный закон, который неоднократно предлагалось пересмотреть, чтобы расширить круг потенциальных участников рынка ипотечных ценных бумаг. По их мнению, введение льготного налогообложения доходов от инвестиций в ипотечные ценные бумаги также способствовало бы повышению интереса к этим ценным бумагам [4].

Общие тенденции развития рынка ипотечного жилищного кредитования, наблюдаемые по России в целом, характерны и для большинства региональных ипотечных рынков. По итогам 2012 г. самая высокая ставка по ипотечным кредитам в рублях была зафиксирована в Кабардино-Балкарской Республике (13,1%), а самая низкая – в Курганской области (10,5%). Средние по России ставки (12,1–12,5%) зафиксированы в 57 регионах, в частности Москве, Санкт-Петербурге, Орловской и Рязанской областях, Краснодарском крае и Тюменской области.

По сравнению 2011 г. уровни ставки выросли в 68 регионах, снизились в 10 и не изменились в 5 регионах.

Во всех регионах России наблюдался рост объемов выдачи кредитов. Суммарный объем выдачи кредитов регионов-лидеров в 2012 г. (Москва, Московская область, Санкт-Петербург, Тюменская и Свердловская области) составил 347,3 млрд р. (33,7% от общего объема выдачи).

Наибольшее количество ипотечных кредитов в 2012 г. было выдано в Москве, Тюменской области, Республике Татарстан, Московской и Челябинской областях. В совокупности в этих регионах было выдано 22,1% всех ипотечных кредитов (годом ранее – 23,3%).

По мнению специалистов, для повышения доступности ипотечного кредитования необходимы следующие условия: стабильная экономическая ситуация в стране и динамично развивающийся рынок труда; низкие процентные ставки по ипотечному кредитованию, невысокий первоначальный взнос; активное строительство нового доступного жилья эконом-класса; устранение административных барьеров.

По нашему мнению, проблема доступности жилья заключается не только в высоких процентных ставках ипотечного кредитования. Серьезным барьером является стоимость квадратного метра жилья. Основная проблема при этом заключается в соотношении цены за квадратный метр с уровнем заработной платы россиян и в адекватности стоимости предлагаемого жилья его качеству. Однако существующее правовое регулирование рынка ипотечного кредитования не позволяет добиться существенного снижения процентных ставок по кредиту [5].

Таким образом, основной тенденцией последних лет стал рост рынка ипотечного кредитования в условиях увеличения процентных ставок. При этом активная динамика ипотечного кредитования во многом была обеспечена значительно усилившейся конкуренцией среди участников рынка, стимулировавшей банки к корректировке требований к заемщикам [6].

Список литературы

1. **Официальный сайт** Центрального банка Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.cbr.ru>. – Дата доступа : 27.06.2013.
2. **Изюмова, Е.** Накопить на ипотеку / Е. Изюмова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ban-ki.ru>. – Дата доступа : 26.11.2013.
3. **Об ипотечных ценных бумагах** : федеральный закон от 11 нояб. 2003 г. № 152-ФЗ (ред. закона от 23 июля 2013 г.) // КонсультантПлюс : Версия Проф. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – М., 2013.
4. **Баирампас, Т.** Бумажная ипотека / Т. Баирампас [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://bankir.ru>. – Дата доступа : 03.12.2013.
5. **Куликова, Г.** Продукт постоянного спроса / Г. Куликова // Национальный банковский журнал [Электронный ресурс]. – 2013. – № 7 (110). – Режим доступа : <http://bankir.ru>. – Дата доступа : 25.11.2013.
6. **Саркисянц, А.** Ипотечное кредитование: современные тенденции / А. Саркисянц // Бухгалтерия и банки [Электронный ресурс]. – 2013. – № 11. – Режим доступа : <http://bankir.ru>. – Дата доступа : 18.12.2013.

Е. А. Козлова (Salena04@tut.by),
канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры
бухгалтерского учета, анализа и аудита

*Могилевский государственный
университет продовольствия
г. Могилев, Республика Беларусь*

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И НАПРАВЛЕНИЯ ИХ РЕШЕНИЯ

В статье изучено значение международных стандартов финансовой отчетности (МСФО) для деятельности организаций и экономики государства, рассмотрены различия отечественного учета и принципов МСФО, выявлены проблемы при переходе на МСФО и намечены пути их решения.

In the article the importance of international financial reporting standards (IFRS) for the activities of organizations and the state's economy are studied, the differences of national accounting principles and IFRS are considered, identified problems in the transition to IFRS and the ways to solve them.

Современные условия развития мировой экономики требуют наличия своевременной, достоверной и полной информации для изучения и оценки финансового положения организации и результатов ее хозяйственной деятельности органами государственного контроля, собственниками, учредителями, акционерами, банками и иными заинтересованными лицами. Одним из источников такой информации является бухгалтерская отчетность. Бухгалтерская отчетность, составленная в соответствии с требованиями законодательства Республики Беларусь, пока недостаточно полно обеспечивает пользователей такой информацией, что обуславливает необходимость ее реформирования.

Международные стандарты финансовой отчетности, разрабатываемые Комитетом по международным стандартам финансовой отчетности, признаны во всем мире как эффективный инструмент для предоставления прозрачной и понятной информации о деятельности организаций. Внедрение МСФО является одним из условий международной привлекательности как организаций, так и экономики страны в целом.

МСФО – это правила, устанавливающие требования к признанию, оценке и раскрытию финансово-хозяйственных операций для составления финансовых отчетов фирм и компаний во всем мире. Они обеспечивают сопоставимость финансовой информации между субъектами предпринимательской деятельности в общемировом масштабе, а также являются условием доступности финансовой отчетной информации для внешних пользователей.

В настоящее время осуществляется постепенное внедрение МСФО в практику работы отечественных предприятий, где уже оценили преимущества составления финансовой отчетности по МСФО, среди которых можно назвать следующие:

- необходимость предоставления отчетности инвестору (достоверная оценка стоимости организации) для получения иностранных инвестиций (отчетность, составленная по МСФО, позволяет заинтересованным пользователям оценить качество работы менеджмента компании и принимать экономически оправданные решения);

- рост рыночной капитализации;
- выход на международные финансовые рынки;
- снижение цены привлекаемого капитала;
- возможность более эффективного использования информации для принятия управленческих решений.

Функциями МСФО на государственном уровне являются:

- приток иностранных инвестиций в экономику;
- прозрачность отечественных компаний и, как следствие, улучшение имиджа бизнеса за рубежом;
- более глубокая интеграция экономики страны в мировую хозяйственную систему;
- улучшение качества статистической информации и возможность ее сопоставления на региональном и международном уровнях.

Следует отметить, что между практикой отечественного учета и принципами МСФО есть существенные отличия, заключающиеся в следующем:

- Отечественный бухгалтерский учет основывается на правилах, утвержденных законодательно. МСФО основаны на принципах, которые носят рекомендательный характер.

- Содержание и форма отечественной финансовой отчетности регламентируется законодательно. Согласно МСФО действует принцип «преобладания содержания над формой». Основным пользователем белорусской отчетности являются государственные, ведомственные и налоговые органы. По МСФО в центр внимания ставится инвестор, обеспечивающий всех заинтересованных пользователей нейтральной и достоверной информацией о деятельности организации.

- Отечественный учет требует подробного документирования каждой проводимой операции в соответствии с инструкциями и нормативными документами. Для МСФО главным критерием является экономический смысл операции. С одной стороны, это позволяет избежать искажений в финансовой отчетности, но увеличивает длительность процесса получения информации во времени из-за значительного документооборота. Применение МСФО хотя и ускорит процесс получения информации, но потребует более высокой квалификации учетных работников.

- Учетная политика отечественных предприятий содержит рабочий план счетов бухгалтерского учета, рабочий альбом форм первичной учетной документации, порядок документооборота. В соответствии с МСФО устанавливаются принципы, основы, условия, правила и практика, принятые компанией для подготовки и представления финансовой отчетности. Безусловно, отечественная практика четко определяет порядок ведения учета и регулирует его, что способствует дисциплинированности и повышению ответственности за качество информации, но требования МСФО более либеральны.

Страны СНГ также активно переходят на предоставление отчетности по МСФО. План (или программа) внедрения МСФО есть в Азербайджане, Армении, Казахстане, Кыргызстане, Молдове, России, Таджикистане. Национальные планы предусматривают составление финансовой отчетности по МСФО, создание системы контроля качества финансовой отчетности, а также обучение и подготовку специалистов в этой области [1].

В Республике Беларусь проводится планомерная работа по переходу на применение МСФО при организации бухгалтерского и налогового учета. Необходимо отметить следующие значительные изменения в области бухгалтерского учета и отчетности:

- сокращены обязательные для применения формы первичных учетных документов;
- разработаны и утверждены новые формы бухгалтерской отчетности;
- принят новый Типовой план счетов бухгалтерского учета;
- разработан порядок бухгалтерского учета некоторых новых объектов бухгалтерского учета – отложенных налоговых активов и обязательств;
- изменен порядок бухгалтерского учета доходов и расходов, запасов, государственной поддержки;
- отменено нормирование расходов на рекламные, маркетинговые, консультационные и информационные услуги, содержание служебных и специальных легковых автомобилей, представительские цели;
- отменена детальная регламентация состава затрат, включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг);
- сняты ограничения по применению методов переоценки основных средств и др.

Важным шагом является принятие нового закона «О бухгалтерском учете и отчетности» [2], который направлен на изменение действующего законодательства в сторону сближения с МСФО. Этот шаг укрепит репутацию отечественных организаций перед потенциальными инвесторами, расширит круг пользователей финансовой отчетности, обеспечит повышение профессионального уровня специалистов по бухгалтерскому учету.

Однако существует ряд проблем при переходе на МСФО:

- Неготовность отечественных специалистов формировать действительно прозрачную и понятную любому заинтересованному пользователю отчетность.
- Недостаток финансовых ресурсов для перехода на МСФО. Наиболее существенными затратами на подготовку отчетности по МСФО являются расходы на наем и обучение персонала, а также консультационные и аудиторские услуги. Зарботная плата специалистов, знающих МСФО и имеющих сертификаты, подтверждающие эти знания, гораздо выше, чем у прочих финансовых специалистов. Обычно затраты наиболее высоки при переходе на МСФО, но после внедрения системы международного учета они снижаются.
- Отсутствует механизм контроля качества составления отчетности по МСФО.
- Не регламентирован порядок проведения аудита отчетности, составленной по МСФО.
- Недостаточно широко развита система обучения специалистов по МСФО. В настоящее время на рынке труда мало специалистов по МСФО, поэтому немногие белорусские и даже российские предприятия готовят международную отчетность самостоятельно, в основном они обращаются к консалтинговым и аудиторским компаниям.

Решение перечисленных выше проблем требует комплексного подхода, который во многом зависит от способа подготовки отчетности по МСФО.

Выделяют два основных способа:

- трансформация данных отечественного учета в соответствии с МСФО;
- параллельное ведение бухгалтерского учета по отечественным и международным стандартам.

Трансформация представляет собой «перевод» белорусской финансовой отчетности в формат МСФО путем корректировки отдельных показателей. Обычно при применении этого способа организации несут меньшие материальные и временные затраты. Часто он также рассматривается в качестве временной меры при переходе на параллельный учет по международным стандартам.

Параллельное ведение учета по международным стандартам заключается в отражении в учете по МСФО каждой хозяйственной операции. Для крупной организации это технически невозможно без внедрения дорогостоящей системы автоматизации. Сложные интегрированные системы учета предъявляют существенные требования к формализации и унификации бизнес-процессов в организации, что также приводит к перестройке самой системы бухгалтерского учета.

Выбор способа составления отчетности по МСФО обычно обусловлен предполагаемыми затратами и целью внедрения международных стандартов в компании. Если руководство планирует широко использовать информацию, подготовленную на основе МСФО (например, для целей управленческого учета и бюджетирования), значит компании будут чаще выбирать параллельное ведение учета. Такой способ эффективнее, поскольку позволяет компании строить систему внутренней отчетности на тех же принципах, что и внешней.

Процесс перехода на МСФО достаточно длительный и дорогой. Это особый проект и отдельная статья затрат. В этот процесс должны быть вовлечены не только бухгалтеры и финансисты, но и сотрудники других подразделений.

В начале проекта необходимо выбрать метод, согласно которому компания будет вести учет по МСФО (трансформация или параллельный учет). От выбранного метода зависит вся дальнейшая работа по переходу на МСФО.

Таким образом, не снижая значимость проблем и трудностей при переходе на МСФО, можно отметить ряд положительных факторов вследствие их внедрения для различных заинтересованных групп:

- для инвесторов – это понятность и сопоставимость, прозрачность и надежность финансовой отчетности;
- для финансовых аналитиков – снижение издержек по анализу отчетности;
- для организаций – снижение издержек по привлечению капитала;
- для бухгалтерский и финансовых служб – отсутствие необходимости согласовывать финансовую информацию, последовательность внутреннего и внешнего учета;
- для аудиторов – единые принципы отчетности, возможность обучения и повышения квалификации.

Список литературы

1. **Рыбак, Т.** Опыт применения МСФО в государствах-участниках СНГ / Т. Рыбак // МСФО. – 2013. – № 3 (15). – С. 10–17.

2. **О бухгалтерском учете и отчетности** : Закон Респ. Беларусь от 12 июля 2013 г. № 57-3 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.

А. О. Липская (lesenka-pesenka4@rambler.ru),
аспирант

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ В МНОГООТРАСЛЕВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

В статье отмечены особенности анализа формирования прибыли в организациях, осуществляющих несколько видов хозяйственной деятельности, а также приведены алгоритмы факторного анализа источников формирования прибыли с учетом специфики многоотраслевого характера ведения бизнеса, которые позволяют повысить информационную емкость и качество аналитических процедур по комплексной оценке финансовых результатов и изысканию резервов их роста с целью повышения эффективности системы менеджмента хозяйствующего субъекта.

In article features of the analysis of receiving of profit in the organizations which are carrying out some types of economic activity are noted, and also algorithms of the factorial analysis of sources of formation of profit taking into account specifics of diversified nature of business which allow to increase the information capacity and quality of analytical procedures by a complex assessment of financial results and research of reserves of their growth for the purpose of increase of system effectiveness of management of the managing subject are given.

Современное развитие экономики Республики Беларусь предопределяет совершенствование механизмов и способов повышения эффективности и устойчивости функционирования организаций различных форм собственности. В связи с этим все большее количество хозяйствующих субъектов прибегает к осуществлению одновременно нескольких видов экономической деятельности, тем самым стремясь не только расширить сферу ведения бизнеса, но и главным образом нарастить финансовые результаты. При этом специфика деятельности данных субъектов хозяйствования накладывает отпечаток как на порядок формирования прибыли организации, так и на методические подходы к ее анализу.

Однако следует отметить, что в экономической литературе преобладают преимущественно отраслевые методики анализа финансовых результатов и недостаточно уделяется внимания методике анализа формирования прибыли организаций в условиях осуществления нескольких ви-

дов хозяйственной деятельности одновременно, что, в свою очередь, представляет интерес как на теоретическом, так и практическом уровнях. В связи с этим считаем целесообразным отметить особенности проведения анализа данного экономического показателя для многоотраслевых организаций поэтапно.

На первоначальном этапе анализа формирования прибыли организации оценивают степень выполнения плана и динамику прибыли от реализации товаров, продукции, работ, услуг как основного источника формирования прибыли по периодам и структурным подразделениям. При этом в условиях осуществления нескольких видов хозяйственной деятельности контроль за выполнением планов, оценка реальности и обоснованности их установления, а также изучение тенденций изменения прибыли от реализации следует осуществлять как в целом по организации, так и по отраслям деятельности [1].

На следующем этапе оценивают состав, структуру и динамику источников формирования прибыли от реализации как в целом по организации, так и отдельным отраслям деятельности. Для этого определяется долевое участие каждой отрасли в общей сумме прибыли от реализации. По результатам расчетов оценивают, какая из отраслей деятельности генерирует наибольший приток прибыли от реализации.

Изучение прибыли от реализации предполагает также изучение причин ее изменения по результатам проведения факторного анализа. При этом следует отметить, что в многоотраслевых организациях для оценки влияния факторов на изменение совокупной суммы прибыли от реализации товаров, продукции, работ услуг целесообразно использовать следующую формулу:

$$\dot{P} = \sum \hat{A} \cdot d_i \cdot R\hat{a}_i, \quad (1)$$

где P – прибыль от реализации товаров, продукции, работ, услуг, млн р.;

B – выручка от реализации товаров, продукции, работ и услуг, млн р.;

d_i – удельный вес i -й отрасли в выручке от реализации товаров, продукции, работ и услуг (коэффициент);

Re_i – рентабельность продаж i -й отрасли (коэффициент) [2].

Данная формула позволяет учесть диверсифицированность основных видов деятельности на формирование прибыли от реализации и оценить вклад каждой отрасли в общую сумму ее приращения. Алгоритм расчета влияния факторов на изменение суммы прибыли от реализации по формуле (1) приведен в таблице.

Алгоритм факторного анализа прибыли от реализации товаров

Показатели	Прошлый период	Отчетный период	Отклонение (+; -)	Порядок расчета влияния факторов
1. Выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг, млн р.	B_0	B_1	ΔB	$\Delta P(B) = \Sigma B_1 \cdot d_{i_0} \cdot Re_{i_0} - \Sigma B_0 \cdot d_{i_0} \cdot Re_{i_0}$
2. Удельный вес выручки i -й отрасли в сумме выручки от реализации (коэффициент)	d_0	d_1	Δd	$\Delta P(d) = \Sigma B_1 \cdot d_{i_1} \cdot Re_{i_0} - \Sigma B_1 \cdot d_{i_0} \cdot Re_{i_0}$
3. Рентабельность продаж i -й отрасли, %	Re_{i_0}	Re_{i_1}	ΔRe_i	$\Delta P(Re_i) = \Sigma B_1 \cdot d_{i_1} \cdot Re_{i_1} - \Sigma B_1 \cdot d_{i_1} \cdot Re_{i_0}$
4. Прибыль от реализации товаров, продукции, работ, услуг, млн р.	P_0	P_1	ΔP	$\Delta P = \Delta P(B) + \Delta P(d) + \Delta P(Re_i)$

Кроме того, в организациях сферы обращения для факторного анализа прибыли от реализации товаров целесообразно применить маржинальный подход и представить факторную модель в виде следующей формулы:

$$\dot{P} = \frac{\sum \hat{A} \cdot d_i \cdot (\dot{O}_{\hat{A}i} - \dot{O}_{i\hat{a}})}{100} - \dot{D} \dot{U} \dot{P} - \dot{O} \dot{E}, \quad (2)$$

где $U_{ВЛ_i}$ – уровень валовой прибыли i -й отрасли, %;

$U_{пер_i}$ – уровень условно-переменных расходов на реализацию товаров i -й отрасли, %;

$P_{пост}$ – сумма условно-постоянных расходов на реализацию товаров, млн р.;

$УР$ – сумма управленческих расходов, млн р.

Данная формула не только учитывает диверсифицированность основных видов деятельности, но и позволяет оценить подверженность влияния суммы валовой прибыли и условно-переменных расходов на реализацию товаров объему продаж. Расчет влияния факторов по формуле (2) следует проводить с использованием способа цепной подстановки.

На следующем этапе анализа формирования прибыли изучают состав, структуру и динамику прибыли по текущей деятельности организации, а также влияние факторов на ее изменение, в том числе и по отраслям хозяйственной деятельности. Факторный анализ прибыли по текущей деятельности предлагаем проводить способом цепной подстановки, используя формулу

$$Птек = (\sum B \cdot d_i \cdot Pnp_i) + ПрДтек - ПрРтек, \quad (3)$$

где $Птек$ – прибыль по текущей деятельности, млн р.;

$ПрДтек$ – прочие доходы по текущей деятельности, млн р.;

$ПрРтек$ – прочие расходы по текущей деятельности, млн р.

На заключительном этапе анализа формирования прибыли изучают динамику показателей рентабельности деятельности организации с учетом отраслей хозяйственной деятельности. При этом, чтобы оценить влияние структуры продаж на изменение средней рентабельности продаж по i -й отрасли, рекомендуем прибегнуть к расчету с использованием способа процентных чисел:

$$\overline{Re_{i\delta}} = \sum d_i \cdot Re_{n\delta_i}, \quad (4)$$

где $\overline{Re_{i\delta}}$ – средняя рентабельность продаж, %;

Re_{np_i} – рентабельность продаж i -й отрасли, %.

По аналогии с формулой (4) для оценки влияния структуры продаж на изменение средней рентабельности расходов по i -й отрасли рекомендуем обратиться к следующей формуле, производя расчет с использованием способа процентных чисел:

$$\overline{Re_{\delta}} = \sum d_i \cdot Re_{\delta_i}, \quad (5)$$

где $\overline{Re_{\delta}}$ – средняя рентабельность расходов, %;

Re_{p_i} – рентабельность расходов i -й отрасли, %.

Применение данных факторных моделей в ходе анализа прибыли организации позволяет учесть вклад отдельных отраслей деятельности в ее формирование, так как они более приемлемы для использования в аналитической работе многоотраслевых организаций, что подтверждает их прикладную значимость.

В свою очередь, оценка диверсифицированности отраслей деятельности позволит повысить качество и эффективность принимаемых управленческих решений, направленных на изыскание резервов роста финансовых результатов.

Список литературы

1. Толкачева, Е. Г. Методика анализа формирования прибыли в условиях реформирования бухгалтерской отчетности / Е. Г. Толкачева // Потребит. кооп. – 2012. – № 2. – С. 31–36.
2. Толкачева, Е. Г. Методика анализа формирования прибыли в многоотраслевых организациях / Е. Г. Толкачева // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕАЛИЗУЕМЫХ ПРОЕКТОВ В КРЕДИТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ

В статье рассмотрена система показателей оценки инвестиционной привлекательности проектов, определены проблемы и особенности их применения с целью минимизации кредитных рисков в кредитно-финансовых учреждениях. Предложены пути оптимизации выдачи кредитов на развитие инновационной деятельности хозяйствующих субъектов.

In this article we consider a system of indicators to measure the investment attractiveness of the projects, identified the problems and peculiarities of their application in order to minimize the credit risk in the financial institution. We offered the ways of optimizing issuing loans for the development of innovation businesses.

Развитие инновационной деятельности является одним из приоритетных направлений программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 гг. [1]. Успех инновационной деятельности в значительной степени определяется формами ее организации и объемом финансовой поддержки. Одним из основных источников финансирования новаторской деятельности может являться банковский кредит.

Интенсивность инновационной деятельности во многом определяет уровень экономического развития отдельных стран, в том числе и Республики Беларусь. Анализ развития экономики показывает, что наиболее прибыльными в настоящее время стали предприятия и отрасли в целом, которые ориентированы на производство высокотехнологичных товаров, таких как компьютеры и полупроводники, лекарственные средства и медицинское оборудование, средства связи и системы коммуникаций.

В настоящее время среди источников финансирования новаторской деятельности значительную часть занимают собственные средства организаций и средства государственного бюджета. Отечественные банки выступают в качестве дополняющего звена финансирования инновационной деятельности, отчасти берут на себя риски по проектам, связанным с расширением, модернизацией и внедрением перспективных технологий действующих, экономически устойчивых производств.

Специфика риска финансирования инновационного проекта обусловлена воздействием ряда факторов: научно-технического потенциала разработчика проекта, степени новизны реализованных в проекте решений, научно-технического и производственного потенциала компаний, реализующих проект. Данные факторы должны оцениваться банком-кредитором при изучении бизнес-плана предлагаемого к кредитованию проекта [2].

Для целей анализа возможности кредитования инвестиционных проектов целесообразно использовать методику, приведенную в нижеследующей таблице. Расчет окупаемости инвестиционного проекта представлен здесь на основании условного примера. Из таблицы видно, что анализ необходимо проводить по следующим направлениям: определение чистого дохода, расчет инвестиционных затрат по проекту, использование кредита, оценка финансовой реализуемости и оценка эффективности проекта.

Расчет окупаемости инвестиционного проекта и планируемого кредита

Показатели	Базовый год	Год реализации проекта (t)			
		1-й	2-й	3-й	...
<i>Определение чистого дохода</i>					
1. Объем производства, усл. ед.	9 000	11 000	17 000	19 000	
2. Цена единицы (без НДС), тыс. р.	320	300	280	285	
3. Выручка от реализации (без НДС), млн р.	2 880	3 300	4 760	5 225	
4. Себестоимость реализации товаров, работ, услуг, млн р.	2 300	2 200	3 060	3 230	
5. Прибыль (убыток) от реализации, млн р.	945	1 100	1 700	2 185	
6. Балансовая прибыль, млн р.	908	1 068	1 649	2 100	
7. Налоги из прибыли, млн р.	230	266	406	514	
8. Чистая прибыль, млн р.	688	802	1 243	1 586	
8.1. Изменение чистого дохода по отношению к базовому периоду, млн р.	–	114	555	898	

Окончание

Показатели	Базовый год	Год реализации проекта (t)			
		1-й	2-й	3-й	...
<i>Расчет инвестиционных затрат по проекту</i>					
9. Капитальные затраты, млн р.	–	160	210	205	
10. Чистый оборотный капитал, млн р.	840	960	1 105	1 183	
10.1. Изменение чистого оборотного капитала по отношению к предыдущему периоду, млн р.	–	120	140	78	
11. Всего инвестиционные затраты (стр. 9 + стр. 10.1), млн р.	–	280	350	283	
<i>Кредит как источник финансирования проекта</i>					
12. Сумма предоставляемого кредита (объем инвестиций), млн р.	900	900	600	300	
13. Погашение основной суммы долга, млн р.	–	300	300	300	
14. Уплата процентов (по средней ставке в 37%), млн р.	–	333	222	111	
<i>Оценка финансовой реализуемости проекта</i>					
15. Превышение (недостаток) денежных средств (стр. 8 – стр. 11 + стр. 12 – стр. 13 – стр. 14), млн р.	–	789	971	1 192	
15.1. Превышение (недостаток) денежных средств нарастающим итогом, млн р.	–	789	1 760	2 952	
<i>Оценка эффективности проекта</i>					
16. Коэффициент дисконтирования ($1 : (1 + 0,37)^t$)	–	0,729	0,533	0,389	
17. Чистый дисконтированный денежный поток, млн р.	–	585	663	617	
17.1. Чистый дисконтированный денежный поток нарастающим итогом, млн р.	–	585	1 248	1 865	
18. Чистый дисконтированный денежный поток средний, млн р.		622			
19. Срок окупаемости проекта динамический (стр. 12 : стр. 18), лет		1,45			

Указанный в таблице показатель чистого оборотного капитала представляет разность между величиной текущих активов и текущих обязательств. Он характеризует величину оборотного капитала, свободного от краткосрочных (текущих) обязательств, т. е. долю оборотных средств организации, которая профинансирована из долгосрочных источников и которую не надо использовать для погашения текущего долга. Рост величины показателя означает повышение ликвидности организации и увеличение ее кредитоспособности. В то же время слишком высокие значения чистого оборотного капитала могут сигнализировать о неэффективной финансовой политике организации.

Целесообразность расчета показателя чистого оборотного капитала состоит в том, что он отражает разницу между притоком и оттоком денежных средств по предприятию (с учетом реализации проекта) и показывает достаточность средств на конкретный период. Если наблюдается недостаток денежных средств в течение длительного периода, то план финансирования проекта не сбалансирован и требует доработки. В течение всего периода планирования предприятие должно иметь положительный накопленный остаток (превышение (недостаток) денежных средств нарастающим итогом), и если он отрицателен, то это говорит о необходимости привлечения дополнительных источников финансирования.

В то же время необходимо учитывать недостатки показателя чистого оборотного капитала:

- абсолютное значение показателя превышения (недостатка) денежных средств при сравнительном анализе инвестиционных проектов не учитывает объема вложений по каждому варианту;

- величина показателя превышения (недостатка) денежных средств по проекту зависит не только от суммы затрат и распределения потока доходов во времени (на результаты существенно влияет применяемая аналитиками ставка дисконтирования).

Одним из основных показателей эффективности проекта является срок окупаемости, который определяется как срок, требуемый для возврата инвестиционных затрат, а также чистый дисконтированный денежный поток, который представляет сумму ожидаемого потока платежей, приведенную к стоимости на настоящий момент времени. Период окупаемости целесообразно рассчитывать по проектам, финансируемым за счет долгосрочных обязательств. Срок окупаемости по проекту должен быть короче периода пользования заемными средствами, устанавливаемого кредитором. Данный показатель является приоритетным в том случае, если для инвестора главным является максимально быстрый возврат инвестиций.

Недостатки показателя срока окупаемости заключаются в следующем:

- в расчетах игнорируются доходы, получаемые после предлагаемого срока окупаемости проекта, следовательно, при отборе вариантов проектов можно допустить серьезные просчеты, если ограничиваться применением только данного показателя;
- использование его для анализа инвестиционного портфеля требует дополнительных расчетов (период окупаемости инвестиций по портфелю в целом не может быть рассчитан как простая средняя величина).

Банку-инвестору также необходимо проанализировать возможное изменение прибыли при том или ином изменении объема продаж. Основой такого анализа является расчет величины общего рычага по формуле

$$D\hat{i} = \frac{\Delta\dot{I}}{\Delta VP},$$

где Po – величина общего рычага, %;

$\Delta\Pi$ – изменение темпов роста прибыли отчетного периода, %;

ΔVP – изменение темпов роста объема производства продукции (работ, услуг), %.

Значение данного показателя говорит о том, на сколько процентов изменится прибыль при изменении объема продаж на 1%. Очевидно, что изменение прибыли существенно влияет на возможности предприятия обслуживать свои долговые обязательства.

С целью минимизации кредитного риска банки, по нашему мнению, могут не только устанавливать фиксированную процентную ставку по кредиту на инновационную деятельность, но и рассчитывать дополнительный доход в виде процента от прибыли финансируемой организации. С одной стороны, такой подход может оказаться для организации менее выгодным с точки зрения доходности проекта. С другой стороны, банки в этом случае станут активнее финансировать инновационные проекты. При условии, что срок окупаемости составит менее 7 лет и прибыль будет превышать сумму финансирования, организации может выдаваться кредит.

Кредиты на инновационную деятельность следует относить к пятой группе риска. Банкам целесообразно создавать под такие проекты резерв в размере 100% суммы кредита. Это позволит покрыть убытки в случае неудачной реализации инновационного проекта и отсутствия прибыли.

Одним из вариантов кредитования инновационной деятельности может стать участие в венчурном финансировании. При этом под венчурным финансированием следует понимать долгосрочные высокорисковые инвестиции частного капитала в акционерный капитал высокотехнологичных перспективных организаций, ориентированных на разработку и производство наукоемких продуктов, для их развития и расширения с целью получения прибыли от прироста стоимости вложенных средств.

Поскольку большинство инновационных проектов в начале их внедрения неликвидны и не имеют материального обеспечения, их инициаторам сложно получить средства на реализацию из традиционных источников. Принимая на себя высокие риски, венчурные инвесторы рассчитывают на получение высокого дохода.

Схема кредитования в этом случае будет выглядеть следующим образом. Инвестор финансирует инновационный проект организации, но при этом часть рисков берет на себя банк. Так, высокий риск по проекту будет распределяться между двумя участниками кредитования. В этом случае и инвестор, и банк смогут получить прибыль в случае успешной реализации инновационного проекта. В то же время при отсутствии прибыли и неудачной реализации проекта участники кредитования разделят затраты и смогут сохранить потенциально потерянную часть финансовых ресурсов.

Оценка инвестиционной привлекательности проекта предполагает использование всей системы показателей. Это связано с тем, что каждому методу присущи некоторые недостатки, устраняемые в процессе расчета другого показателя.

Список литературы

1. **Основные** положения программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.sb.by/files/Programma. – Дата доступа : 25.12.2013.

2. **Инструкция** о порядке предоставления (размещения) банками денежных средств в форме кредита и их возврата : утв постановлением Правления Нац. банка Респ. Беларусь от 30 дек. 2003 г. № 226 (с изм. и доп. от 4 июля 2011 г. № 271) // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой инф. Респ. Беларусь. – Минск, 2013.

Н. А. Стрельчук (astrel89@mail.ru),
ассистент кафедры финансов и кредита

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ОРГАНИЗАЦИЯ ПЛАНИРОВАНИЯ В АНТИКРИЗИСНОМ УПРАВЛЕНИИ ФИНАНСАМИ

Необходимость планирования в условиях антикризисного управления приобретает все большую значимость. Важным в условиях нестабильности экономики становится предвидение кризисов, поэтому именно планирование способствует решению поставленных задач.

The need to plan in terms of crisis management acquires is increasingly important. Important in conditions of economic instability it becomes foresight crises, so it contributes to solving planning tasks.

Практика рыночных условий хозяйствования в развитых странах подтверждает, что успешное развитие организаций во многом зависит от уровня исполнения важнейшей функции управления – планирования, которое при должной организации обеспечивает такие условия, когда финансовые затруднения не могут иметь постоянный стабильный характер. Используемая во многих организациях методология, методика и технология внутрифирменного и стратегического планирования не в полной мере соответствует хозяйственному рыночному механизму и не позволяет решать задачи антикризисного управления. Поэтому изучение функции планирования в системе антикризисного управления организациями имеет большую практическую значимость.

Необходимость планирования в антикризисном управлении обусловлена следующими причинами:

- обоснование стратегии вывода организации из кризисной ситуации;
- определение основных рыночных перспектив организации, объема продаж, ожидаемых финансовых результатов;
- определение источников финансирования намеченных мероприятий.

Планирование в рамках антикризисного управления существенно отличается от планирования в условиях относительно стабильного развития. Данные отличия представлены в таблице 1.

Таблица 1 – **Факторы, определяющие различия между планированием в условиях стабильной внешней среды и планированием в системе антикризисного управления**

Фактор	Планирование в условиях стабильной внешней среды	Планирование в системе антикризисного управления
Уровень риска	Риск минимален	Высокий уровень неопределенности и риска
Маркетинговая деятельность	Направлена на сбыт продукции	Обеспечивается в условиях ограниченных ресурсов и времени
Кадровая стратегия	Развитие системы стимулирования труда	Профилактика кризисов, интеллектуальный рост
Критерии эффективности	Стабильность деятельности, уровень прибыли	Рациональное распределение ресурсов, формирование организационно-технической базы
Примечание – Источник: собственная разработка автора.		

По представленным в таблице 1 данным видно, что существенные отличия в системе планирования в условиях кризиса имеются по ряду факторов (особенно это касается целей организации и эффективности).

Процесс и система планирования в организации оценивается не просто как один из элементов разработки антикризисной стратегии, а представляет собой непрерывный процесс изучения путей и методов совершенствования деятельности организации за счет выявленных возможностей, условий и факторов, что требует должного внимания к тактическому и операционному планированию.

Функция планирования дифференцируется в более конкретные функции:

- иницилирующую (активизация намеченных целей, действий и решений);
- координирующую (обеспечение и поддержание целесообразного соотношения между действиями всех подразделений с ориентацией на общий результат);
- нормативную (разработка норм и плановых показателей, в соответствии с которыми осуществляется общее планирование деятельности предприятия);
- стимулирующую (мотивация стремления персонала к выполнению обязанностей);
- оптимизационную (поиск наиболее эффективных способов достижения цели, в том числе обеспечения выполнения миссии организации, наиболее рационального использования ресурсов);
- интегрирующую (обеспечение взаимодействия субъектов планирования в процессе обмена информацией и выработки решений).

Одним из самых важных моментов планирования в условиях антикризисного управления является формирование системы показателей и определение значения плановых показателей. В таблице 2 приведены способы обеспечения выполнения принципов планирования в условиях антикризисного управления.

Таблица 2 – Способы обеспечения выполнения принципов планирования в условиях антикризисного управления

Принцип	Способ достижения
Комплексность	Обязательное применение планов в любой сфере деятельности и во всех подразделениях
Согласованность показателей	Контроль за тем, чтобы показатели не противоречили утвержденным показателям стратегии организации
Научная обоснованность	Окончательный выбор варианта плана должен осуществляться после проведения системного анализа, прогнозирования, оптимизации и обоснования альтернативных вариантов
Реальность плановых показателей	Обеспечивается увеличением числа учтенных факторов при прогнозировании альтернативных показателей
Гибкость, адаптивность	Обеспечивается с помощью анализа динамики факторов внешней и внутренней среды и исследования их влияния на плановые показатели
Открытость	Создание единой информационной базы
Непрерывность планирования	Осуществление постоянного последовательного либо непрерывного планирования
Примечание – Источник: собственная разработка автора.	

Процесс планирования показателей в антикризисном управлении включает следующие этапы:

- проведение диагностики банкротства, определение уровня платежеспособности предприятия;
- разработку системы показателей в зависимости от специфики предприятия;
- анализ отчетных данных по показателям;
- сравнение оптимальных и фактических показателей;
- определение показателей на плановый период.

При формировании системы показателей необходимо, прежде всего, обращать внимание на конкретные виды экономической деятельности, так как в зависимости от этого меняется значимость формирования тех или иных показателей.

Алгоритм формирования показателей планирования, представленный на нижеследующем рисунке, позволяет выполнить следующее:

- определить важнейшие факторы эффективности работы организации и сконцентрировать усилия всех подразделений на достижение успеха по выбранным направлениям;
- стимулировать руководителей функциональных подразделений на достижение целей организации;
- оперативно принимать верные управленческие решения на основе сформированных приоритетов деятельности.

Алгоритм определения величины показателя



Таким образом, планирование в системе антикризисного управления – это интеграционный выбор организации в определенный период времени в соответствии с заданными целями в условиях высокого уровня нестабильности внешней и внутренней среды.

Антикризисное планирование представляет собой рациональный, формальный, перманентный и системный процесс. Понятие «рациональный» означает, что процесс построен на основе логики, аргументации, причинно-следственном понимании происходящих в организации процессов. Рациональное антикризисное планирование не противостоит интуиции, озарению, учету прошлого опыта. Оно стремится логически обосновать иррациональные факторы, выработать процедуры и методы оценки и отбора идей.

Исследования показывают, что организации, в которых осуществляется формальное антикризисное планирование, реже сталкиваются с острым кризисом, легче преодолевают его негативные последствия. Другим преимуществом формального планирования является то, что менеджеры различных уровней управления вынуждены участвовать в процессе антикризисного планирования уже в силу того, что этого от них требуют вышестоящие руководители. Неформальное антикризисное планирование не носит общеобязательного характера: руководители некоторых подразделений под разными предлогами могут, в принципе, отказаться от участия в нем. Таким образом, процесс формального планирования неизбежно требует вовлечения большого числа менеджеров.

Систематическое, рациональное антикризисное планирование требует затраты ресурсов. Какие понадобятся ресурсы и в каком количестве – это конкретный, практический вопрос. Ответ на него зависит от того, как руководство организации определит для себя, что входит в понятие подготовленности компании. Уровень необходимой подготовки определяется количеством выявленных слабых мест, обстоятельств преодоления компанией предыдущих кризисов и степенью вероятности их повторения в будущем. Если все эти факторы укажут на то, что необходима серьезная, основательная подготовка, то нужно постараться преодолеть трудности, потратить силы, время и деньги, чтобы достичь своих целей.

ОСОБЕННОСТИ МЯСОЖИРОВОГО ПРОИЗВОДСТВА, ВЛИЯЮЩИЕ НА МЕТОДИКУ АНАЛИЗА ПРЯМЫХ МАТЕРИАЛЬНЫХ ЗАТРАТ

В статье рассмотрены особенности мясожирового производства и их влияние на методику анализа прямых материальных затрат. На основании изучения специальной литературы и технологических особенностей производства построена структурно-логическая факторная модель анализа прямых материальных затрат мясожирового производства.

The paper studied the characteristics meat-fatty production and their impact on the method of analysis of direct material costs. Based on the scientific literature and technological features of production the structural-logical factorial model of the analysis of direct material costs meat-fatty production is constructed.

Для обеспечения эффективной системы экономического анализа, как показали исследования, необходимым является, наряду с качественной теоретической основой его проведения, наличие методик организации анализа, обеспечивающих эффективное использование его результатов в практике управления хозяйственной деятельностью организации.

Как отмечает Г. В. Савицкая, «для управления себестоимостью требуется знать не только элементы, из которых она состоит, но и факторы, формирующие ее уровень по каждой статье затрат» [1, с. 5]. Иными словами, для повышения эффективности управления затратами необходимо детально исследовать факторы, однако анализ не может дать полного представления об изучаемом явлении без установления связей между его составными частями.

Одним из элементов методики анализа хозяйственной деятельности является построение структурно-логических факторных моделей анализируемых объектов, которые наиболее полно раскрывают причинно-следственные связи, возникающие между факторами различного уровня, и способствуют выявлению причин возникающих отклонений. Так, под факторами в анализе хозяйственной деятельности понимаются «условия, необходимые для совершения хозяйственных процессов, и причины, влияющие на результаты этих процессов и изменения результатов» [2, с. 40].

Изучение затрат на различных стадиях процесса производства организаций мясной промышленности позволило выявить типичные причины возможных отклонений, которые возникают под влиянием различных факторов.

В себестоимости продукции мясожирового производства основной удельный вес занимают материальные затраты (по данным ОАО «Могилевский мясокомбинат», более 90%). Учитывая указанную особенность, считаем необходимым уделить особое внимание совершенствованию методики анализа прямых материальных затрат мясожирового производства в целях поиска источников резервов снижения себестоимости продукции, а также обеспечения производства сырьем соответствующих качества, ассортимента, цен и ритмичности поставок.

Методике анализа материальных затрат в различных отраслях промышленности уделяется большое внимание, в частности теоретические и методические аспекты анализа материальных затрат нашли отражение в работах В. И. Стражева [3, с. 251–257], Г. В. Савицкой [4, с. 250–256] и др. В результате исследования экономической литературы выявлено, что указанная методика является общей для всех видов производств и не позволяет учитывать технологические особенности отдельного производства. Высокая материалоемкость продукции мясожирового производства, его специфика обуславливают потребность в детальном анализе прямых материальных затрат с целью выявления реальных резервов экономии материальных ресурсов и выработки конкретных мероприятий по их использованию. Анализ материальных затрат, ограничивающийся только выявлением влияния за счет норм и цен, этого сделать не позволяет.

На предприятиях мясной промышленности к прямым материальным затратам относят затраты на сырье и основные материалы, вспомогательные материалы, топливо и энергию на технологические цели, транспортно-заготовительные затраты, а также стоимость возвратных отходов и сопутствующей продукции, вычитаемых из себестоимости продукции [5, с. 177].

Затраты на производство мяса можно подразделить на две группы: зависящие и не зависящие от вида, возрастной группы и категории упитанности скота [6, с. 27]. К первой группе относится стоимость скота, сопутствующей продукции и возвратных отходов, ко второй группе –

транспортно-заготовительные затраты, стоимость вспомогательных материалов, топлива и энергии на технологические цели.

Общая сумма материальных затрат зависит от объема производства продукции, ее структуры и уровня прямых материальных затрат на производство 1 т продукции. Объем выпуска мясной продукции в стоимостном выражении зависит как от количества выработанного мяса на кости, так и от структуры мяса (говядина I, II категорий, тощая, свинина I, II, III категорий и т. д.). Увеличение количества выработанного мяса на кости приводит к росту его стоимости. Также повышение стоимости обусловлено изменением структуры вырабатываемой продукции. Чем больше выработано мяса более высокой категории, тем выше его стоимость.

Методика анализа прямых материальных затрат мясожирового производства во многом определяется отраслевыми особенностями, к которым относятся:

- использование скоропортящегося сырья, непосредственно влияющее на качество и выход продукции мясожирового производства, а следовательно и на материальные затраты;
- естественная убыль (усушка) мяса и мясопродуктов при их охлаждении, замораживании, размораживании и хранении;
- наличие возвратных отходов (рогокопытное сырье для технических целей, отходы кишок), в том числе специфических, образующихся в связи с наличием сырья, неблагополучного в ветеринарно-санитарном отношении, технического сырья и утилизационных отходов, тканей пониженной пищевой ценности, извлекаемых из мясных туш в процессе их переработки, и др.

Все эти и другие особенности сырья при его обработке находят свое отражение в технологии мясожирового производства.

Технологические особенности мясожирового производства определили необходимость разработки методики анализа прямых материальных затрат с учетом качественных характеристик перерабатываемого скота (вида, категории упитанности и возрастной группы, способа технологической переработки), поскольку изменение качественных характеристик перерабатываемого скота оказывает влияние на выход и категорию получаемого в мясожировом производстве мяса.

Важным фактором, влияющим на материальные затраты мясожирового производства, является структура перерабатываемого скота, поскольку из скота одного вида, одной возрастной группы и категории упитанности может быть произведено несколько видов мяса (например, из молодняка крупного рогатого скота средней упитанности может быть выработана говядина I и II категорий). Также один вид продукции мясожирового производства (мясо на кости) может быть выработан из скота различных возрастных групп и категорий упитанности (например, говядина I категории может быть выработана из молодняка крупного рогатого скота высшей и средней упитанности, из взрослого крупного рогатого скота высшей и средней упитанности, из бугаев I категории и бычков высшей категории упитанности).

Приемка скота в организациях мясной промышленности может производиться по живой массе либо по количеству и качеству мяса. Выбор одного из способов приемки оказывает влияние как на стоимость скота, так и на количество мяса, получаемого после переработки скота.

В организациях мясной промышленности активно происходит перевооружение производства, и в результате улучшается технологический уровень производства. Также в современных условиях совершенствуется уровень организации и управления производством. Все эти факторы оказывают влияние на изменение выхода мяса на кости из 1 т скота в мясожировом производстве.

В настоящее время, в условиях постоянно изменяющихся цен на материальные ресурсы, значительное влияние на материальные затраты мясожирового производства оказывает ценовой фактор. Так, индексы цен производителей сельскохозяйственной продукции по крупному рогатому скоту и свиньям составили в 2011 г. 186 и 174%, в 2012 г. – 217 и 206% соответственно [7, с. 528]. В свою очередь, на изменение цен помимо инфляционных процессов влияют качество перерабатываемого скота (его вид, возрастная группа, категория упитанности), наличие транспортно-заготовительных затрат, изменение сырьевых баз, способа приемки скота (по живой массе, количеству и качеству мяса) и др.

На основании изучения специальной литературы, технологических особенностей производства, а также практики деятельности организаций мясной промышленности нами построена структурно-логическая факторная модель анализа прямых материальных затрат мясожирового производства (по переработке скота), изображенная на рисунке.

**Структурно-логическая факторная модель анализа прямых материальных затрат
мясожирового производства (по переработке скота)**



В разработанной структурно-логической факторной модели анализа прямых материальных затрат выделен ряд факторов различного порядка, которые находятся в функциональной связи с резульативным показателем – прямыми материальными затратами мясожирового производства.

Применение в организациях мясной отрасли промышленности разработанной специфической структурно-логической факторной модели изменения прямых материальных затрат, новизна которой состоит в обеспечении выявления и измерения влияния специфических факторов при формировании затрат, позволяет более полно учитывать особенности мясожирового производства, подробнее изучать причины изменения затрат, снижать материальные затраты и принимать обоснованные управленческие решения по оптимизации себестоимости продукции.

Список литературы

1. Савицкая, Г. В. Теория анализа хозяйственной деятельности : учеб. пособие / Г. В. Савицкая. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 288 с.
2. Стражев, В. И. Теория анализа хозяйственной деятельности : учеб. пособие / В. И. Стражев. – Минск : Выш. шк., 2012. – 144 с.
3. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности : учеб. / В. И. Стражев [и др.] ; под общ. ред. В. И. Стражева, Л. А. Богдановской. – 7-е изд., испр. – Минск : Выш. шк., 2008. – 527 с.
4. Савицкая, Г. В. Экономический анализ : учеб. / Г. В. Савицкая. – 13-е изд., испр. – М. : Новое знание, 2007. – 679 с.
5. Нормативный метод калькулирования себестоимости мяса : обзор. информ. / Л. И. Левина [и др.]. – М., 1975. – 49 с.
6. Кондраков, Н. П. Анализ хозяйственной деятельности предприятий мясной и молочной промышленности / Н. П. Кондраков. – М. : Легкая и пищевая пром-сть, 1981. – 280 с.
7. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2013 / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2013. – 578 с.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ СВОЕВРЕМЕННОСТИ ПОГАШЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА НЕПЛАТЕЖЕЙ

В статье представлена система оценки платежеспособности дебиторов с точки зрения возникновения риска несвоевременного погашения их обязательств. Система оценки платежеспособности базируется на классификации дебиторов по классам платежеспособности и установлении индивидуальных условий погашения задолженности, выражающихся в определении размера предварительной оплаты и условий отсрочки платежа по каждому классу. Основными критериями для отнесения дебитора к определенному классу являются факт просрочки погашения своих обязательств перед организацией и ее период, коэффициент промежуточной ликвидности, наличие просроченной дебиторской задолженности и ее доля в общей сумме, наличие просроченной кредиторской задолженности и ее доля в общей сумме кредиторской задолженности. Использование данной системы авансовых платежей позволит организации сократить срок погашения дебиторской задолженности и снизить риск несвоевременного исполнения дебитором своих обязательств.

The article presents a system for assessing the solvency of debtors in terms of the risk of delayed settlement of their obligations. Solvency assessment system based on classification by class of debtors to pay and conditions of establishing individual debt expressed in determining the amount of the advance payment and deferred payment terms for each class. The main criteria for classifying a debtor to a specific class are delinquency meet its obligations to the organization and its period, the ratio of intermediate liquidity, past due receivables and its share in its total amount, past due accounts payable and its share in the total amount payable. Using this system of advance payments will allow the organization to reduce the maturity of receivables and reduce the risk of untimely performance of its obligations by the debtor.

В сложившихся в настоящее время условиях хозяйствования предприятий в Республике Беларусь довольно часто возникает ситуация, когда, несмотря на то, что по методике оценки платежеспособности субъектов хозяйствования, рекомендованной Министерством финансов Республики Беларусь, организация является платежеспособной, у нее отсутствуют реальные денежные средства для погашения своих обязательств.

В целом возникновение подобных обстоятельств обусловлено тремя основными факторами:

- необоснованно завышенным уровнем запасов готовой продукции по сравнению с реальным объемом продаж, в результате чего средства организации оказываются заморожены в виде готовой продукции на складах;
- низким уровнем платежной дисциплины дебиторов и качества работы финансовых служб организации по своевременному взысканию дебиторской задолженности;
- несбалансированностью сумм дебиторской и кредиторской задолженностей и сроков их погашения.

Анализируя создавшуюся ситуацию, также следует принимать во внимание, что часть кредиторской задолженности организации может возникать перед иностранными поставщиками, вследствие чего управлять этой частью задолженности в рамках отсрочки платежа либо уплаты необходимых сумм частями практически невозможно, так как в условиях экономического кризиса в Республике Беларусь многие иностранные поставщики требуют обязательную предварительную оплату.

Таким образом, основным направлением повышения платежеспособности организации является поиск путей ускорения оборачиваемости дебиторской задолженности и своевременного ее погашения. Основной причиной замедления оборачиваемости дебиторской задолженности является значительная отсрочка платежа дебиторам и низкое качество работы финансовых служб по своевременному взысканию дебиторской задолженности. Однако следует учитывать, что переход на полную предоплату с покупателями невозможен, так как традиционно большинство дебиторов, особенно в сфере торговли, работает на условиях последующей оплаты. Решением данной проблемы могли бы стать индивидуальные условия заключения договора на поставку продукции для каждого дебитора либо группы дебиторов, обладающих сходным уровнем платежеспособности.

Учитывая то, что количество контрагентов крупных предприятий страны колеблется в пределах от 1 000 до 2 000 юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, определить индивидуальные условия оплаты продукции для каждого из них не представляется возможным.

Однако разработка индивидуальных условий оплаты поставленной продукции для группы дебиторов, обладающих сходными признаками платежеспособности, является вполне осуществимой и позволит повысить своевременность взыскания дебиторской задолженности, а также ускорить ее оборачиваемость.

Под индивидуальными условиями оплаты, на наш взгляд, следует понимать срок погашения задолженности и процент предоплаты.

Таким образом, для повышения ускорения оборачиваемости и своевременного погашения дебиторской задолженности необходимо:

- определить основные критерии платежеспособности дебиторов, имеющие существенное значение для организации;
- определить классы платежеспособности дебиторов в зависимости от значений указанных критериев;
- определить условия погашения задолженности для каждого класса платежеспособности;
- сгруппировать дебиторов по классам платежеспособности и осуществлять расчеты исходя из условий, определенных для их класса.

На сегодняшний день в Республике Беларусь основными критериями платежеспособности являются:

- коэффициент текущей ликвидности;
- коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами;
- коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами.

Однако все они характеризуют потенциальную платежеспособность предприятия и малоэффективны в оценке его реальной способности погасить свои обязательства в срок. Оценивая практику хозяйственной деятельности отечественных организаций, следует признать, что главным фактором своевременности погашения обязательств является размер сумм денежных средств, поступающих на расчетный счет предприятия, и приоритет погашения обязательств предприятия поставщика перед другими кредиторами. Конечно, оценить точную степень достаточности и своевременности поступления денежных средств на счета предприятия дебитора, выраженную в конкретных значениях, в условиях анализа, проводимого внешними пользователями, не представляется возможным, так как для этого необходим большой объем внутренней информации, которая является коммерческой тайной. Однако ее можно оценить по косвенным признакам. На наш взгляд, основными критериями оценки платежеспособности дебиторов являются:

- факт просрочки погашения своих обязательств перед организацией и ее период;
- коэффициент промежуточной ликвидности;
- наличие просроченной дебиторской задолженности и ее доля в общей сумме;
- наличие просроченной кредиторской задолженности и ее доля в общей сумме кредиторской задолженности.

В зависимости от значений данных показателей платежеспособность дебиторов можно разбить на классы по степени убывания вероятности своевременного погашения обязательств. Представим условия отнесения дебиторов к соответствующим классам платежеспособности в таблице 1.

Таблица 1 – Условия отнесения дебиторов к соответствующему классу платежеспособности

Класс платежеспособности	Показатели оценки платежеспособности	Значения показателей
I класс	Факт просрочки погашения своих обязательств перед организацией и ее период	Отсутствует; 1–2 факта просрочки длительностью не более 7 календарных дней каждый
	Коэффициент промежуточной ликвидности	0,5–0,7 и выше
	Наличие просроченной дебиторской задолженности и ее доля в общей сумме	Отсутствует
	Наличие просроченной кредиторской задолженности и ее доля в общей сумме	Отсутствует
II класс	Факт просрочки погашения своих обязательств перед организацией и ее период	1–2 факта просрочки длительностью не более 14 календарных дней каждый; до 5 фактов сроком не более 7 календарных дней каждый
	Коэффициент промежуточной ликвидности	0,5–0,7 и выше
	Наличие просроченной дебиторской задолженности и ее доля в общей сумме	Отсутствует либо ее доля не превышает 5%
	Наличие просроченной кредиторской задолженности и ее доля в общей сумме	Отсутствует либо ее доля не превышает 5%

Окончание таблицы 1

Класс п/с	Показатели оценки платежеспособности	Значения показателей
III класс	Факт просрочки погашения своих обязательств перед организацией и ее период	3 факта просрочки длительностью не более 14 календарных дней каждый; до 5 фактов просрочки длительностью не более 7 календарных дней каждый
	Коэффициент промежуточной ликвидности	0,4–0,5
	Наличие просроченной дебиторской задолженности и ее доля в общей сумме	5–15%
	Наличие просроченной кредиторской задолженности и ее доля в общей сумме	5–15%
IV класс	Факт просрочки погашения своих обязательств перед организацией и ее период	4 и более фактов просрочки длительностью более 14 дней каждый; более 5 фактов
	Коэффициент промежуточной ликвидности	Ниже 0,4
	Наличие просроченной дебиторской задолженности и ее доля в общей сумме	15% и выше
	Наличие просроченной кредиторской задолженности и ее доля в общей сумме	15% и выше

Выбор данных критериев обусловлен рядом причин. Без учета размера поступления денежных средств на счета предприятия дебитора и эффективности работы его финансовых служб отсутствие либо наличие просроченной задолженности, а также факты просрочки оплаты обязательств позволят оценить степень надежности и платежеспособности организации и учесть возникающие в связи с этим риски.

Однако такое ранжирование покупателей возможно только при условии предоставления ими необходимой информации для расчета приведенных выше показателей. Многие контрагенты могут отказаться предоставлять такую информацию, основываясь на коммерческой тайне, однако данные, необходимые для расчета показателей оценки платежеспособности дебиторов, базируются на взаимоотношениях с внешними контрагентами. Так или иначе, кредиторы и дебиторы покупателя продукции имеют информацию о сумме его задолженности и задолженности перед ним. Вследствие этого, на наш взгляд, данную информацию нельзя расценивать как коммерческую тайну, и обязанность покупателя ее предоставлять необходимо прописывать в договоре купли-продажи для избежания возможных разногласий. Исходя из вероятности возрастания риска просрочки погашения обязательств для каждого класса платежеспособности дебитора устанавливаются индивидуальные условия оплаты продукции, заключающиеся в определении размера предоплаты определенной части стоимости отгружаемой продукции.

Ориентировочные размеры предоплаты в зависимости от класса платежеспособности представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Процент предоплаты за отгружаемую продукцию в зависимости от класса платежеспособности покупателя

Класс платежеспособности	Процент предоплаты за отгружаемую продукцию
I класс	–
II класс	25
III класс	50
IV класс	70

Таким образом, использование данной системы авансовых платежей позволит: во-первых, сократить срок погашения дебиторской задолженности, так как ее значительная часть будет поступать в части предоплаты без существующей на сегодняшний день отсрочки платежа; во-вторых, снизить риск просрочки платежей и тем самым сократить сумму просроченной дебиторской задолженности, так как покупатели с III или IV классами платежеспособности оплатят часть отгруженной продукции, и просроченной окажется только 50 или 30% от ее суммы соответственно.

Т. В. Шабловская (tanyashabl@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент,
зам. декана учетно-финансового факультета

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

К ВОПРОСУ О СУЩНОСТИ ФИНАНСОВОГО МЕХАНИЗМА

Финансовые аспекты деятельности хозяйствующих субъектов всегда играли немаловажную роль в достижении поставленных целей. В этой связи более детальное исследование экономической сущности отдельных финансовых категорий, на наш взгляд, приобретает существенную значимость. Статья посвящена изучению теоретических аспектов сущности финансового механизма и его элементов.

Financial aspects of business entities' activity have always played an important role in achieving their goals. In this regard, a more detailed study of the economic substance of certain financial categories, in our view, acquires substantial importance. Article explains the theoretical aspects of the essence of the financial mechanism, its elements.

В современных экономических условиях финансово-хозяйственная деятельность большинства организаций во многом зависит от грамотной финансовой политики, которая находит практическое воплощение в комплексе финансовых мероприятий, реализуемых посредством финансового механизма. Следовательно, финансовый механизм играет немаловажную роль в повышении эффективности деятельности хозяйствующих субъектов.

Необходимо отметить, что хотя термин «финансовый механизм» достаточно часто используется учеными-экономистами и практическими работниками, по поводу его сущности и состава нет единого мнения.

Вопросу изучения экономического содержания, а также функционирования финансового механизма в различных организациях посвящен ряд работ, в том числе диссертационных исследований отечественных и зарубежных авторов, например В. А. Боровковой [1] и др.

Вместе с тем, проведенный анализ научной литературы показал, что теоретическим аспектам сущности финансового механизма не уделено должного внимания в экономической литературе и до настоящего времени нет устоявшейся концепции понятия «финансовый механизм». Так, И. В. Рубцов определяет финансовый механизм как «...систему управления финансовыми отношениями предприятия через финансовые рычаги и финансовые методы» [2, с. 14]. Авторы А. И. Балабанов и И. Т. Балабанов считают, что «финансовый механизм представляет собой систему действия финансовых рычагов, выражающуюся в организации, планировании и стимулировании использования финансовых ресурсов» [3, с. 122]. Схожую формулировку изучаемого понятия дают авторы учебного пособия «Финансы предприятия», определяя финансовый механизм как «...систему управления финансами предприятия, выражающуюся в организации, планировании и стимулировании использования финансовых ресурсов с целью эффективного их воздействия на конечные результаты производства» [4, с. 19]. Однако, на наш взгляд, все вышеперечисленные формулировки не в полной степени раскрывают экономическое содержание термина «финансовый механизм». Кроме того, мы считаем, что следует разделять понятия «финансовый механизм хозяйствующего субъекта» и «финансовый механизм» в целом. Во всех вышеперечисленных определениях речь идет именно о финансовом механизме субъектов хозяйствования, тогда как понятие «финансовый механизм» в целом гораздо шире, поскольку подразумевает характеристику данной категории не только на микро-, но и на макроуровне. В этой связи формулировка финансового механизма как «...комплекса фінансових формаў і метадаў кіравання працэсамі сацыяльна-эканамічнага развіцця суб'ектаў гаспадарання і дзяржавы ў цэлым» [5, с. 8], данная А. П. Шевлюковым, является, на наш взгляд, более универсальной.

В целом же анализ основных подходов к характеристике экономического содержания понятия «финансовый механизм» показал, что авторы зачастую не дают целостного определения, а ограничиваются лишь указанием отдельных сторон финансового механизма. Это вызывает необходимость уточнения экономического содержания изучаемого понятия, которое позволит выработать соответствующие подходы к его совершенствованию как на уровне государства, так и на уровне субъектов предпринимательской деятельности.

С этой целью определим сущность основного элемента данного понятия – термина «механизм». Словарь С. И. Ожегова дает следующее его толкование: механизм – 1) внутреннее устройство машины, прибора, аппарата, приводящее их в действие; 2) система, устройство, определяющие порядок какого-нибудь вида деятельности [6, с. 309].

Исходя из данного определения термина «механизм», а также учитывая что финансы – это экономические отношения, связанные с формированием, распределением и использованием централизованных и децентрализованных фондов денежных средств, можно предположить, что финансовый механизм – это система, устройство, определяющие порядок деятельности, связанной с формированием, распределением и использованием денежных средств на макро- и микроуровне.

Для более полной характеристики экономического содержания той или иной категории, на наш взгляд, определение должно также отражать структурную составляющую данного понятия.

Следует отметить, что каждый автор обосновывает свой набор элементов. Так, например, А. И. Балабанов, И. Т. Балабанов [3], а также авторы учебного пособия «Финансы предприятия» выделяют «...пять взаимосвязанных элементов финансового механизма: финансовые методы, финансовые рычаги и инструменты, правовое, нормативное и информационное обеспечение» [4, с. 19], Е. М. Попов – финансовые показатели, финансовые рычаги и стимулы и т. д. [7, с. 82]. По мнению Н. В. Ветровой, система управления финансами, под которой она подразумевает финансовый механизм, «...включает следующие элементы:

- организационную структуру системы управления финансами;
- финансовые методы, приемы, модели;
- нормативно-правовое обеспечение;
- информационное обеспечение;
- технические средства и программное обеспечение управления финансами» [8, с. 19].

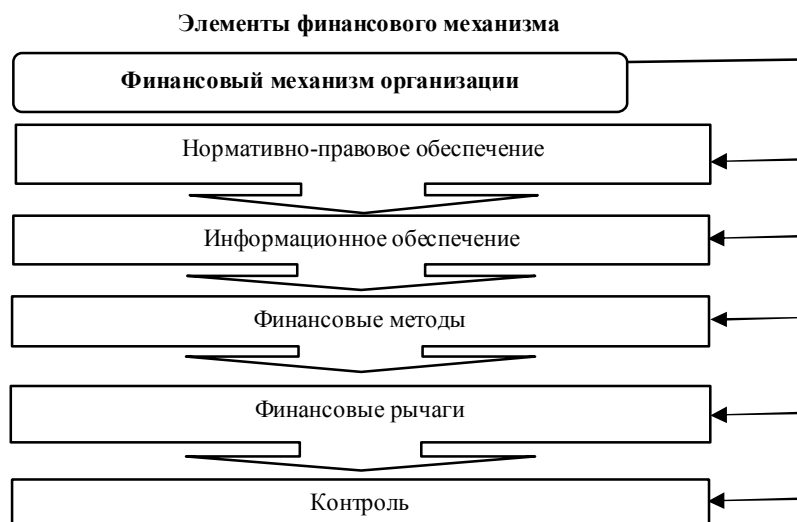
Таким образом в отличие от предыдущих авторов, Н. В. Ветрова дополняет состав элементов финансового механизма организационной структурой системы управления финансами, а также техническими средствами и программным обеспечением.

Обобщив точки зрения различных ученых, мы пришли к выводу, что в ряде случаев количество элементов финансового механизма чрезмерно увеличено. Так, например, на наш взгляд, выделение финансовых рычагов и финансовых стимулов не совсем обосновано, поскольку и рычаги, и стимулы являются финансовыми инструментами. Также, по нашему мнению, разделять нормативное и правовое обеспечение не имеет смысла, и вместо двух элементов рациональнее выделить один – нормативно-правовое обеспечение, под которым следует понимать совокупность документов инструктивно-методического, распорядительного, программно-целевого характера, а также нормативно-справочные материалы, устанавливающие нормы, правила, требования, характеристики, методы, используемые при решении поставленных задач и утвержденные в установленном порядке компетентным органом или руководством субъекта хозяйствования.

В связи с тем, что в настоящее время информация играет очень важную роль и по сути является товаром, который имеет свою цену и позволяет принимать те или иные управленческие решения, в рамках финансового механизма следует выделять элемент «информационное обеспечение».

Кроме вышеперечисленных элементов, на наш взгляд, в рамках финансового механизма стоит выделить контроль, поскольку именно контрольными мероприятиями следует завершать любое воздействие на финансовые отношения с целью установления эффекта от данного воздействия.

В целом поэлементный состав финансового механизма можно представить в виде следующей схемы.



Кроме того, в соответствии с тем, что финансовый механизм «...носит субъективный характер» [4, с. 19], т. е. подвержен воздействию со стороны, мы считаем, что в определении понятия «финансовый механизм» необходимо указать, кем может быть осуществлено данное воздействие.

Обобщая все вышеизложенное, мы считаем, что, формулируя экономическое содержание понятия «финансовый механизм», необходимо выделить следующие определяющие признаки:

- объектом воздействия финансового механизма являются экономические отношения, связанные с формированием, распределением и использованием денежных средств;
- важным специфическим признаком финансового механизма является его многоэлементный состав, который прослеживается практически во всех вышерассмотренных формулировках изучаемого понятия;
- финансовый механизм является категорией субъективной.

Принимая во внимание расставленные акценты, по мнению автора, под финансовым механизмом следует понимать систему, устройство, определяющие порядок деятельности, связанной с формированием, распределением и использованием денежных средств на макро- и микроуровне посредством совокупности взаимосвязанных финансовых методов и инструментов, а также нормативно-правового, информационного обеспечения и контроля, устанавливаемых государством в соответствии с требованиями экономических законов и регулируемых организацией исходя из тактики и стратегии развития.

Список литературы

1. **Боровкова, В. А.** Функционирование финансового механизма предприятий торговли : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.10 / В. А. Боровкова ; С.-Петербург. гос. инженерно-экон. ун-т. – СПб., 2001. – 16 с.
2. **Рубцов, И. В.** Финансы организации (предприятия) : учеб. пособие / И. В. Рубцов. – М. : Элит, 2006. – 448 с.
3. **Балабанов, А. И.** Финансы / А. И. Балабанов, И. Т. Балабанов. – СПб. : Питер, 2002. – 192 с.
4. **Финансы предприятий** : учеб. пособие / Н. Е. Заяц [и др.] ; под общ. ред. Н. Е. Заяц, Т. И. Василевской. – 2-е изд. – Минск : Выш. шк., 2005. – 528 с.
5. **Шаўлюкоў, А. П.** Фінансавы менеджмент на прадпрыемстве : вучэб. дапам. / А. П. Шаўлюкоў. – Гомель : ГКІ, 2001. – 562 с.
6. **Ожегов, С. И.** Словарь русского языка / С. И. Ожегов ; под ред. д-ра филол. наук, проф. Н. Ю. Шведовой. – 15-е изд., стер. – М. : Рус. яз., 1984. – 816 с.
7. **Попов, Е. М.** Финансы предприятий : учеб. / Е. М. Попов. – Минск : Выш. шк., 2005. – 573 с.
8. **Ветрова, Н. В.** Финансы предприятий: ответы на экзаменационные вопросы / Н. В. Ветрова. – Минск : ТетраСистемс, 2009. – 160 с.

Н. С. Щуплова (schuplova.ns@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры
банковского дела, анализа и аудита

О. В. Плотницкая (will0372@yandex.ru),
студентка

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ

Хозяйственная деятельность любого предприятия неразрывно связана с движением денежных средств. Каждая хозяйственная операция вызывает либо поступление, либо расходование денежных средств. Денежные средства обслуживают практически все аспекты операционной, инвестиционной и финансовой деятельности. Непрерывный процесс движения денежных средств во времени представляет собой денежный поток.

Economic activity of any enterprise is inseparably linked with cash flow. Each economic operation causes either receipt, or an expenditure of money. Money serves practically all aspects of operating, investment and financial activities. Continuous process of cash flow in time represents a cash flow.

От полноты и своевременности обеспечения процесса снабжения, производства и сбыта продукции денежными ресурсами зависят результаты текущей деятельности предприятия, степень его финансовой устойчивости и платежеспособности, конкурентные преимущества, необходимые для текущего и перспективного развития. Поэтому современному бухгалтеру, финансовому менеджеру требуется знать методы анализа денежных потоков. Прогнозирование – это предвидение определенного события, разработка на перспективу изменений финансового состояния объекта в целом и его различных частей. Прогноз потока денежных средств – это отчет, в котором отражаются все поступления и расходования денежных средств в процессе ожидаемых сделок (операций) за определенный период. Прогнозирование денежных потоков является в настоящий момент неотъемлемой составляющей управленческого процесса, и ни одно значимое решение не принимается без детального анализа возможного влияния на денежные потоки компании.

По направленности движения денежных средств выделяют положительный и отрицательный денежные потоки. Положительный поток – приток денежных средств (выпуск акций, новый заемный капитал, поступление дебиторской задолженности, продажа за наличный расчет), отрицательный – отток денежных средств (финансовые вложения, выплата заработной платы, дивидендов, погашение кредиторской задолженности и т. д.). По методу исчисления объема бывают валовой денежный поток и чистый денежный поток. Валовой денежный поток включает все поступления или всю сумму расходования денежных средств в анализируемом периоде времени. Чистый денежный поток представляет собой разность между положительным и отрицательным денежными потоками в анализируемом периоде времени. По видам деятельности бывают денежные потоки от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности. Под денежным потоком от операционной деятельности понимают поступление денежных средств от покупателей и выплаты денег поставщикам, заработной платы персоналу, занятому в основном производстве и т. д. Денежный поток от инвестиционной деятельности подразумевает поступления и расходование денежных средств, связанных с процессом реального и финансового инвестирования, а от финансовой – поступления и выплаты, связанные с привлечением дополнительного капитала, паев, дивидендов и т. д.

Основными целями анализа денежных потоков являются выявление уровня достаточности денежных средств, необходимых для нормального функционирования предприятия, определение эффективности и интенсивности их использования в процессе текущей, финансовой и инвестиционной деятельности; изучение факторов и прогнозирование притоков и оттоков денежных средств для обеспечения текущей и перспективной платежеспособности предприятия. Важнейшей задачей прогнозного анализа является оценка платежеспособности и достаточности денежных средств в предстоящих периодах. Главным инструментом при этом является составление бюджета движения денежных средств, растущая роль которого связана с усложнением структуры бизнеса, увеличением видов деятельности, выделением отдельных сегментов бизнеса и бизнес-единиц, а также использованием различных типов финансирования внутри холдинга, усложнением структуры финансирования и увеличением объемов внешних заимствований. При составлении бюджета движения денежных средств разрабатываются модели расчета дисконтированной стоимости будущих потоков денежных средств, необходимых для оценки стоимости компаний, что позволяет руководству компании своевременно получить ответы на огромное количество вопросов.

Для прогнозирования денежных потоков изначально проводится их горизонтальный и вертикальный анализ. В первую очередь осуществляется горизонтальный анализ денежных потоков, где изучается динамика объема формирования положительного, отрицательного и чистого денежного потока ($ЧДП$) предприятия по отдельным источникам, рассчитываются темпы их роста и прироста, устанавливаются тенденции изменения их объема. Темпы прироста чистого денежного потока ($T_{ЧДП}$) сопоставляются с темпами прироста активов предприятия (T_A) и с темпами прироста объемов производства (реализации) продукции ($T_{V_{PII}}$). Для нормального функционирования предприятия, повышения его устойчивости и платежеспособности требуется, чтобы темпы роста объемов продаж были выше темпов роста активов, а темпы роста чистого денежного потока опережали темпы роста объема продаж:

$$100 < T_A < T_{V_{PII}} < T_{ЧДП}.$$

Параллельно проводится вертикальный (структурный) анализ положительного, отрицательного и чистого денежных потоков по видам хозяйственной деятельности (устанавливается доля каждого вида деятельности в формировании положительного, отрицательного и чистого де-

нежного потоков), по отдельным внутренним подразделениям (центрам ответственности) (отражается вклад каждого подразделения в формировании денежных потоков), по отдельным источникам поступления и направлениям расходования денежных средств (устанавливается доля каждого из них в формировании общего денежного потока). При этом выявляется роль и место чистой прибыли в формировании чистого денежного потока, определяется степень достаточности амортизационных отчислений для воспроизводства основных средств и нематериальных активов. Результаты горизонтального и вертикального анализа служат базой проведения факторного анализа формирования чистого денежного потока.

Для изучения факторов формирования положительного, отрицательного и чистого денежных потоков рекомендуется использовать прямой и косвенный методы. Прямой метод направлен на получение данных, характеризующих валовой чистый поток денежных средств в отчетном периоде. При его применении используются данные бухгалтерского учета и отчета о движении денежных средств, характеризующие все виды их поступлений и расходования. Различия результатов расчета денежных потоков прямым и косвенным методами относятся только к текущей деятельности.

По операционной деятельности чистый денежный поток ($ЧДПОд$) прямым методом рассчитывается по формуле

$$ЧДПОд = В_{РП} + П_{АВ} + ППОд - О_{ТМЦ} - ЗП - НП - ПВОд,$$

где $В_{РП}$ – выручка от реализации продукции и услуг;

$П_{АВ}$ – полученные авансы от покупателей и заказчиков;

$ППОд$ – сумма прочих поступлений от текущей деятельности;

$О_{ТМЦ}$ – сумма средств, выплаченная за приобретенные товарно-материальные ценности;

$ЗП$ – сумма выплаченной заработной платы персоналу;

$НП$ – сумма налоговых платежей в бюджет и внебюджетные фонды;

$ПВОд$ – сумма прочих выплат в процессе текущей деятельности.

Если результатом основной деятельности является не приток, а отток денежных средств, и такая ситуация повторяется из года в год, то это может привести к несостоятельности предприятия. Преимущество прямого метода заключается в том, что он показывает общие суммы поступлений и платежей и концентрирует внимание на те статьи, которые генерируют наибольший приток и отток денежных средств. Но этот метод не раскрывает взаимосвязь величины финансового результата и величины изменения денежных средств, не показывает, почему возникает ситуация, когда прибыльное предприятие становится неплатежеспособным. Косвенный метод позволяет объяснить причины расхождений между финансовыми результатами и свободными остатками денежной наличности. Расчет чистого денежного потока данным методом осуществляется путем соответствующей корректировки чистой прибыли на сумму изменений в запасах, дебиторской задолженности, кредиторской задолженности, краткосрочных финансовых вложений и других статей актива, относящихся к текущей деятельности. Так, $ЧДПОд$ косвенным методом по текущей деятельности рассчитывается по следующей формуле:

$$ЧДПОд = ЧПОд + А + \Delta ДЗ + \Delta З_{ТМЦ} + \Delta КЗ + \Delta ДБП + \Delta Р + \Delta П_{АВ} + \Delta В_{АВ},$$

где $ЧПОд$ – сумма чистой прибыли от операционной деятельности;

$А$ – сумма амортизации основных средств и нематериальных активов;

$\Delta ДЗ$ – изменение суммы дебиторской задолженности;

$\Delta З_{ТМЦ}$ – изменение суммы запасов и НДС по приобретенным ценностям, входящих в состав оборотных активов;

$\Delta КЗ$ – изменение суммы кредиторской задолженности;

$\Delta ДБП$ – изменение суммы доходов будущих периодов;

$\Delta Р$ – изменение суммы резерва предстоящих расходов и платежей;

$\Delta П_{АВ}$ – изменение суммы полученных авансов;

$\Delta В_{АВ}$ – изменение суммы выданных авансов.

Так, косвенный метод показывает различие между чистым финансовым результатом и чистым денежным потоком. С помощью ряда корректировочных процедур финансовый результат преобразуется в величину чистого денежного потока от текущей деятельности.

По инвестиционной деятельности сумма чистого денежного потока ($ЧДП_{ИД}$) определяется как разность между суммой выручки от реализации внеоборотных активов и суммой инвестиций на их приобретение и рассчитывается по формуле

$$ЧДП_{ИД} = V_{OC} + V_{НМА} + V_{ДФА} + V_{СА} + ДП - П_{OC} - И_{КС} - П_{НА} - П_{ДФА} - П_{СА},$$

где V_{OC} – выручка от реализации основных средств;

$V_{НМА}$ – выручка от реализации нематериальных активов;

$V_{ДФА}$ – выручка от реализации долгосрочных финансовых активов;

$V_{СА}$ – выручка от реализации ранее выкупленных акций предприятия;

$ДП$ – сумма полученных дивидендов и процентов по долгосрочным ценным бумагам;

$П_{OC}$ – сумма приобретенных основных средств;

$И_{КС}$ – инвестиции на капитальное строительство;

$П_{НА}$ – сумма приобретения нематериальных активов;

$П_{ДФА}$ – сумма приобретения долгосрочных финансовых активов;

$П_{СА}$ – сумма выкупленных собственных акции предприятия.

По финансовой деятельности принято отражать притоки и оттоки денежных средств, связанные с использованием внешнего финансирования. Сумма чистого денежного потока по финансовой деятельности ($ЧДП_{ФД}$) определяется как разность между суммой финансовых ресурсов, привлеченных из внешних источников, суммой выплаченного основного долга и суммой выплаченных дивидендов собственникам предприятия. При этом используется следующая формула:

$$ЧДП_{ФД} = П_{СК} + П_{ДК} + П_{КК} + БЦФ - В_{ДК} - В_{КК} - В_{Д},$$

где $П_{СК}$ – сумма дополнительно привлеченного из внешних источников собственного капитала;

$П_{ДК}$ – сумма дополнительно привлеченных долгосрочных кредитов и займов;

$П_{КК}$ – сумма дополнительно привлеченных краткосрочных кредитов и займов;

$БЦФ$ – сумма средств, поступивших в порядке безвозмездного целевого финансирования предприятия;

$В_{ДК}$ – сумма выплат основного долга по долгосрочным кредитам и займам;

$В_{КК}$ – сумма выплат (погашения) основного долга по краткосрочным кредитам и займам;

$В_{Д}$ – сумма выплаченных дивидендов акционерам предприятия.

Результаты расчета суммы чистого денежного потока по текущей, инвестиционной и финансовой деятельности позволяют определить его общий размер по предприятию ($ЧДП_{Общ}$), рассчитываемый по формуле

$$ЧДП_{Общ} = ЧДП_{ОД} + ЧДП_{ИД} + ЧДП_{ФД}.$$

Процесс анализа завершается оптимизацией денежных потоков путем выбора наилучших форм их организации на предприятии с учетом внешних и внутренних факторов с целью достижения их сбалансированности, синхронизации роста чистого денежного потока.

А. В. Якубенко,
инженер

Институт «Белжелдорпроект»

Г. А. Якубенко (galina-yakubenko@tut.by),
канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры финансов и кредита

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

УПРАВЛЕНИЕ НАЛОГООБЛАГАЕМОЙ ПРИБЫЛЬЮ В ОРГАНИЗАЦИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕХАНИЗМА ИНВЕСТИЦИОННОГО ВЫЧЕТА И ПЕРЕНОСА УБЫТКОВ ПРОШЛЫХ ПЕРИОДОВ

В статье рассматриваются пути оптимизации налогообложения прибыли организации посредством применения инвестиционного вычета и переноса убытков прошлого периода на прибыль отчетного периода. Проведен сравнительный анализ существовавшей ранее амортизационной премии и нововведения 2014 г. – инвестиционного вычета. Исследованы новые финансовые возможности белорусских предприятий в части переноса убытков на будущее.

The article discusses about the ways of organization's taxation profit optimization through the using investment deduction and transfer losses of previous period profit on the reporting period. The comparative analysis of existing earlier depreciation bonus and innovation of 2014 – an investment deduction is carried out. New financial opportunities of the Belarusian enterprises regarding postponement of losses for the future are investigated.

Проблема налогообложения прибыли организаций в условиях экономической нестабильности является наиболее важной для государства. В настоящее время в Республике Беларусь доходы от налогообложения прибыли организаций являются значимыми при формировании доходной базы консолидированного бюджета (в 2009 г. налог на прибыль составил 9,9% доходов консолидированного бюджета, в 2010 г. – 11,5, в 2011 г. – 10,2, в 2012 г. – 12,37%). Кроме того, налогообложение прибыли позволяет создавать систему экономических стимулов для пропорционального развития национальной экономики. Поэтому любое изменение налогового законодательства, модели оптимизации налогообложения прибыли оказывает серьезное влияние как на деятельность организаций-налогоплательщиков, так и на финансово-бюджетную систему страны.

Налогообложение прибыли организаций оказывает существенное влияние на инвестиционное поведение субъектов хозяйствования. С целью активизации инвестиционной деятельности используются различные формы поддержки, основной из которых является система налогообложения с использованием различных налоговых инструментов, которые в свою очередь оказывают положительное воздействие на развитие производства, достижение определенного экономического и социального эффекта. Стимулирующая функция налогов в значительной мере реализуется посредством введения различных видов налоговых преференций, а ее обеспечение достигается посредством направления потоков инвестиций в отдельные отрасли, усиления или ослабления накопления капитала в различных сферах экономики, расширения или уменьшения платежеспособного спроса населения и др.

Законом Республики Беларусь от 31 декабря 2013 г. № 96-З «О внесении изменений и дополнений в некоторые законы Республики Беларусь по вопросам предпринимательской деятельности и налогообложения» внесены изменения и дополнения в некоторые законы Республики Беларусь по вопросам предпринимательской деятельности, налогообложения и административной ответственности, содержащие ряд важных изменений налогового законодательства на 2014 г. [1]. Так, с 1 января 2014 г. введено понятие инвестиционного вычета (вместо амортизационной премии) и установлен порядок его применения. До 2014 г. плательщики имели право включать в состав затрат по производству и реализации товаров (работ, услуг) часть первоначальной стоимости основных средств и (или) нематериальных активов, сформированной в бухгалтерском учете (так называемую амортизационную премию), в месяце, с которого начинали исчисляться амортизационные отчисления в бухгалтерском учете.

Сравнительный анализ сумм налога на прибыль при применении амортизационной премии и без нее при различных способах начисления амортизации позволил сделать вывод о том, что амортизационная премия лишь откладывала во времени уплату налога на прибыль, но не влекла за собой сокращение налоговой базы в целом. Это свидетельствует о том, что применение амортизационной премии не способствовало инвестированию средств в развитие производства, а выполняло лишь задачу временного пополнения оборотных средств плательщика, который понес затраты на приобретение основных средств. Таким образом, применение амортизационной премии не избавляло налогоплательщика от уплаты соответствующего налога на прибыль. Для плательщиков амортизационная премия была лишь инструментом регулирования платежей в текущем году.

Вместе с тем, очевидно, что амортизационная премия гораздо менее выгодна для субъектов хозяйствования, чем существовавшая ранее льгота на финансирование капитальных вложений. К тому же возможности ее применения были существенно уже, чем у наших партнеров по Таможенному союзу. В частности, в России можно было одновременно списывать на затраты расходы на капитальные вложения (в том числе на достройку, оборудование, реконструкцию, модернизацию, техническое перевооружение, частичную ликвидацию) в размере не более 10% первоначальной стоимости основных средств, срок полезного использования которых составляет от 1 года до 3 лет, и 30% – в отношении остальных. В Казахстане существует как льгота по капитальным вложениям («инвестиционные налоговые преференции») для производственных основных средств, так и амортизационная премия для некоторых видов активов.

Также к негативным факторам можно было отнести неурегулированность отдельных вопросов применения амортизационной премии, а также необходимость ее восстановления в случае реализации в срок до 3 лет с момента введения в эксплуатацию. В России, например, с 1 января 2013 г. действует правило, согласно которому в случае, если основное средство, в отношении которого была применена амортизационная премия, реализовано ранее 5 лет с момента

введения его в эксплуатацию лицу, являющемуся взаимозависимым с налогоплательщиком, то сумма амортизационной премии включается в состав внереализационных доходов в том отчетном (налоговом) периоде, в котором была осуществлена такая реализация. В Республике Беларусь восстановление следует производить в случае реализации (согласно Налоговому кодексу Республики Беларусь – отчуждения основных средств или нематериальных активов, передачи в аренду (финансовую аренду (лизинг), доверительное управление, безвозмездное пользование) любому лицу (не только взаимозависимому).

Таким образом, очевидно, что амортизационная премия не справилась с задачей инвестиционной политики в части обновления основных средств.

С 2014 г. в Налоговый кодекс Республики Беларусь внесены изменения и вместо ранее применявшейся амортизационной премии введен новый термин «инвестиционный вычет» [2]. Инвестиционный вычет – это сумма, исчисленная от первоначальной стоимости основных средств, используемых в предпринимательской деятельности, а также от сформированной в бухгалтерском учете стоимости вложений в основные средства, используемые в предпринимательской деятельности, в связи с их реконструкцией, модернизацией, реставрацией.

Установлено, что сумма инвестиционного вычета аналогично амортизационной премии включается в затраты, учитываемые при налогообложении, в том месяце, с которого начато начисление амортизации основных средств или в котором стоимость вложений в реконструкцию увеличила в бухгалтерском учете первоначальную стоимость основных средств.

В 2012 и 2013 гг. при применении амортизационной премии плательщики обязаны были рассчитывать амортизационные отчисления для целей налогообложения от стоимости основных средств, уменьшенной на сумму амортизационной премии, в результате чего возникали расхождения в бухгалтерском и налоговом учете. В отличие от амортизационной премии для основных средств, по которым применен инвестиционный вычет, в 2014 г. не установлено особенностей в порядке расчета амортизационных отчислений для целей налогообложения, т. е. для таких основных средств при налогообложении учитываются амортизационные отчисления, начисленные по данным бухгалтерского учета.

Таким образом, согласно установленному механизму применения инвестиционного вычета фактически имеет место трансформация ранее применяемой льготы по налогу на прибыль в отношении прибыли, направленной на капитальные вложения, в затраты, учитываемые при налогообложении, и значительно упрощен действующий ранее порядок применения амортизационной премии.

Перенос убытков на будущее – это механизм, позволяющий налогоплательщикам, понесшим убытки в течение предыдущего отчетного периода, перенести такие убытки или их часть на будущие налоговые периоды, уменьшив налоговую базу текущего периода соответственно на всю сумму полученного убытка или на ее часть. Сегодня перенос убытков на будущее регулируется Налоговым кодексом Республики Беларусь, в частности ст. 141. Согласно ст. 141-1 Налогового кодекса Республики Беларусь белорусская организация вправе уменьшить налоговую базу по налогу на прибыль на сумму убытка (суммы убытков) по итогам предыдущего налогового периода (предыдущих налоговых периодов), т. е. осуществить перенос убытков на прибыль текущего налогового периода [2]. Перенос убытков на прибыль текущего налогового периода может производиться в пределах налоговой базы, уменьшенной на сумму прибыли, освобождаемой от налогообложения налогом на прибыль.

Убыток, на который уменьшается налогооблагаемая прибыль, определяется по данным налогового учета. При его расчете учитывается только часть внереализационных доходов и расходов – расходы и доходы по сдаче имущества в аренду (лизинг), положительные и отрицательные суммовые и курсовые разницы.

В Налоговом кодексе Республики Беларусь выделено две группы убытков:

- Операции с производными финансовыми инструментами, ценными бумагами, включая производные ценные бумаги. Убыток (прибыль) определяется как отрицательная (положительная) разница между доходами и расходами по этим операциям, принимаемыми для определения валовой прибыли.

- Операции по отчуждению имущества, относимого в соответствии с законодательством к основным средствам (в том числе части здания или сооружения, являющегося основным средством), не завершающихся строительством объектов и их частей и неустановленного оборудования.

Убытки названных групп переносятся на прибыль текущего налогового периода, полученную от аналогичных групп операций. Убытки, оставшиеся после исключения убытков обеих

групп, переносятся на прибыль текущего налогового периода, независимо от каких операций и видов деятельности, от которых она получена.

Организация вправе производить перенос убытка на прибыль текущего налогового периода в течение 10 лет, непосредственно следующих за тем налоговым периодом, в котором получен этот убыток.

Перенос убытка – это право, которым налогоплательщик может не воспользоваться. Поэтому допускается переносить убытки не ежегодно, а с перерывами во времени. Убытки, полученные более чем в одном налоговом периоде, переносятся на будущее в той очередности, в которой они понесены.

Таким образом, оптимизация налогооблагаемой прибыли и налога на прибыль является важнейшим условием принятия управленческих решений, поскольку данный налог оказывает непосредственное влияние на финансовые результаты деятельности хозяйствующего субъекта исходя из принятой стратегии развития.

Список литературы

1. **О внесении** изменений и дополнений в некоторые законы Республики Беларусь по вопросам предпринимательской деятельности и налогообложения : Закон Республики Беларусь от 31 дек. 2013 г. № 96-З // АПС «Бизнес-Инфо» [Электронный ресурс] / ООО «Профессиональные правовые системы» ; Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.

2. **Налоговый** кодекс Республики Беларусь (особенная часть) : принят Палатой представителей Нац. собр. Респ. Беларусь 11 дек. 2009 г. // АПС «Бизнес-Инфо» [Электронный ресурс] / ООО «Профессиональные правовые системы», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.

VI. ЭКОНОМИКА ОТРАСЛЕЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ

Р. Г. Абакумов (AbakumovRG2000@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры
экспертизы и управления недвижимостью

Белгородский государственный технологический
университет имени В. Г. Шухова
г. Белгород, Российская Федерация

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ ВОСПРОИЗВОДСТВОМ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ ОРГАНИЗАЦИЙ

В статье рассматриваются перспективные инструменты управления воспроизводством основных средств организаций. Выделены и обоснованы следующие перспективные инструменты: индексирование амортизационных отчислений, применение корректирующего коэффициента степени износа при исчислении налога на имущество организации, создание Совокупного областного амортизационного фонда, развитие системы страхования основных средств.

In clause perspective tools of management are considered by reproduction of permanent assets of the organizations. The following perspective tools are allocated and proved: indexing of depreciation charges, application of an adjusting factor of a degree of deterioration at calculation of the wealth tax of the organization, creation of Cumulative regional sinking fund, development of an insurance scheme of permanent assets.

Для повышения эффективности управления воспроизводством организаций необходимо разработать перспективные инструменты управления воспроизводством основных средств.

Основными перспективными инструментами управления воспроизводством основных средств организаций, по нашему мнению, являются:

- индексирование амортизационных отчислений;
- применение корректирующего коэффициента степени износа при исчислении налога на имущество организации;
- создание Совокупного областного амортизационного фонда (СОАФ);
- развитие системы страхования основных средств.

В целях повышения инвестиционной активности организаций предлагаем использовать инструмент, основанный на индексации амортизационных отчислений и коэффициенте дисконтирования, поскольку общий рост цен на товары, услуги и последующее за ним повышение уровня инфляции сводят эффект от существующей амортизации к нулю.

Применение указанного инструмента должно стать одним из реальных шагов, ведущих к повышению активности воспроизводства основных средств организаций в Белгородской области.

Для усиления роли амортизации в повышении эффективности воспроизводства основных средств организации трудно найти единое для всех случаев жизни правило ее начисления. Главная цель должна заключаться не в том, чтобы заменить одну систему исчисления амортизации другой, а в том, чтобы сделать ее более гибкой, позволяющей учитывать задачи и условия деятельности организации.

В связи с этим одной из важнейших задач стимулирования воспроизводства основных средств организации должно стать восстановление воспроизводственной функции амортизации [1].

В условиях индустриальной экономики амортизация рассматривалась как резерв для возмещения износа основных средств организации, т. е. как источник простого воспроизводства, а прибыль – расширенного воспроизводства.

В условиях постиндустриальной инновационной экономики реализуется иная концепция. В связи с ускорением научно-технического прогресса и сокращением сроков морального износа основных средств организации границы между простым и расширенным воспроизводством стираются, изношенное оборудование замещается, как правило, более совершенным. В составе капиталовложений прибыль и амортизация выступают в неразрывном единстве, деление добавленной стоимости на прибыль и амортизацию приобретает все более формальный, технический

характер. Этот совокупный внутренний резерв не накапливается специально для воспроизводства основных средств организации, а используется для обеспечения непрерывности производства и воспроизводства как основных, так и оборотных средств, тем более что использование ускоренной амортизации уменьшает налогооблагаемую базу по прибыли организации.

Для решения проблем инфляционного обесценения амортизационных отчислений нами предлагается инструмент совершенствования управления воспроизводством основных средств, основанный на индексировании амортизационных отчислений организации.

Экономический смысл данного инструмента состоит в предоставлении организациям Белгородской области возможности при начислении амортизации линейным способом индексировать амортизационные отчисления с целью компенсации инфляционного их обесценения. В противном случае простое воспроизводство основных средств организации будет возможно только при использовании на эти цели части чистой прибыли, что значительно повышает затраты организации на воспроизводство основных средств и снижает интересы инвесторов к будущим капиталовложениям.

Вторым элементом предлагаемого инструментария является ставка дисконтирования.

С точки зрения инвестора, возврат инвестированного капитала в форме амортизационных отчислений должен возмещать не только сам капитал, но и его стоимость во времени, эквивалентную ставке безрискового ссудного процента, премию за риски проекта на момент осуществления инвестиций.

В этой связи представляется целесообразным ввести применение дисконтного метода в практику исчисления амортизационных отчислений. Суть использования указанного метода заключается в возможности для предприятия увеличивать размеры относимых на затраты амортизационных отчислений с создаваемых и действующих новых амортизируемых активов на ставку дисконта, определяемую в зависимости от депозитной ставки, срока использования указанных активов, соотношения доходности по среднеотраслевым и безрисковым вложениям, региональных особенностей и рисковости конкретного проекта.

Представляется, что предлагаемый инструмент управления воспроизводством основных средств организаций в большей степени отражает интересы инвесторов и более адекватен современной логике принятия решений в сфере капиталовложений.

Одним из инструментов стимулирования воспроизводства основных средств организаций является применение корректирующего коэффициента степени износа при исчислении налога на имущество организации.

Если считать зависимость ставки налога на имущество организации и степени износа линейной функцией, то можно составить следующие соотношения:

$$H_{\text{частная}} = H_{\text{базовая}} (1 + I_{\text{ср}});$$
$$\dot{E} \dot{n} \dot{\delta} = \frac{\dot{E} 1 S1 + \dot{E} 2 S2 + \dot{E} 3 S3 + \dots + \dot{E} n S_n}{S1 + S2 + S3 + \dots + S_n},$$

где $H_{\text{частная}}$ – рекомендуемая ставка налога на имущество организации с конкретной организации;

$H_{\text{базовая}}$ – базовая ставка налога;

$I_{\text{ср}}$ – средневзвешенная степень износа на 1 р. основных средств организации;

I_i – степень износа i -го вида основных средств организации (рассчитывается как соотношение срока использования и нормативного срока эксплуатации), $i = 1, \dots, n$;

S_i – балансовая стоимость i -го вида основных средств организации, $i = 1, \dots, n$.

Необходимость определения размера налога на имущество организации в зависимости от степени износа основных средств объясняется еще и тем, что они являются технической базой производства товаров, работ, услуг хозяйствующего субъекта. Без поддержания этой базы на соответствующем уровне организации не смогут выпускать качественную продукцию, пользующуюся спросом на рынке и, как результат, не обеспечат нормальное финансовое состояние. Последнее является для организации необходимым условием ведения активной инвестиционной деятельности и сохранения налоговой базы доходов.

Одним из инструментов совершенствования управления воспроизводством основных средств организаций является создание Совокупного областного амортизационного фонда, который будет выделять средства на выполнение воспроизводственных проектов, особенно в высокотехнологичных и наукоемких отраслях, под обеспечение пакетами акций организаций.

Участниками СОАФ могут быть предприятия, банки; управляющая компания; поставщики оборудования; Министерство экономического развития, Министерство торговли Российской Федерации; Федеральная служба налоговой полиции Российской Федерации; страховые компании. Участники перечисляют средства на банковский счет СОАФ.

С целью поощрения объединенного использования амортизационных средств при вложении организациями до налогообложения полученной прибыли она должна находиться в льготном налоговом режиме [2].

Это позволит найти необходимые финансовые средства для воспроизводства основных средств организаций за счет аккумулирования различных средств (амортизационных отчислений, части прибыли, а также возможной суммы бюджетных ассигнований), приведет к увеличению выпуска конкурентоспособной продукции, снижению расходов по обслуживанию нового оборудования и повышению прибыли.

В целях реализации излишнего оборудования, по нашему мнению, организации необходимо предоставить право вывода излишнего оборудования за баланс с передачей полномочий на их реализацию специализированному агентству, имеющему сеть филиалов в Белгородской области и за ее пределами. Агентство будет реализовывать это имущество по розничной цене, оставляя себе определенный процент от суммы выручки. Это позволит, с одной стороны, ускорить переоснащение малых и средних предприятий, которые смогут приобрести это имущество по доступным ценам, с другой – освободить предприятия от неиспользуемого оборудования, увеличив при этом финансовые средства последних для покупки новых основных средств.

Нами предлагаются следующие инструменты совершенствования управления воспроизводством основных средств организаций:

- создание рынка «вторых рук», когда устаревшие основные средства выкупаются государством или специализированными организациями, перерабатываются или продаются, создавая тем самым стимул для обновления основных средств организации;
- возможность продажи основных средств при их избытке в связи со снижением объемов производства, перенакоплением объектов основных средств или угрозой банкротства ввиду отсутствия средств на зарплату или закупку материалов;
- восстановление ресурса техники до уровня не менее 80% от новой (ремонтный завод, получив списанную технику, производит ее ремонт и модернизацию в соответствии со специализацией и техническими условиями завода-изготовителя).

Одним из инструментов совершенствования управления воспроизводством основных средств организаций Белгородской области является страхование вновь приобретаемых основных средств организаций. По нашему мнению, следует ослабить налогообложение доходов, источниками которых для страховых компаний являются ставки страхования элементов основных средств организации как по лизинговым сделкам, так и по самостоятельному страхованию. В результате, на наш взгляд, подобные меры увеличат степень конкуренции в данном сегменте, что непременно приведет к снижению страховых ставок, соответственно, риски по воспроизводству основных средств для организаций будут наименьшими.

В ходе исследования определены и аргументированы инновационные инструменты совершенствования управления воспроизводством основных средств организаций: индексирование амортизационных отчислений, применение корректирующего коэффициента степени износа при исчислении налога на имущество организации, создание СОАФ и развитие системы страхования основных средств.

Моделирование процессов воспроизводства основных средств организаций показало, что использование указанных инструментов управления воспроизводством основных средств организации позволит обеспечить организациям устойчивые темпы воспроизводства основных средств, экономического роста и усиление рыночных позиций.

Список литературы

1. **Абакумов, Р. Г.** Методический инструментарий экономического обоснования выбора метода воспроизводства основных средств организации / Р. Г. Абакумов // Вестн. Белгор. гос. техн. ун-та им. В. Г. Шухова. – 2012. – № 4. – С. 4–8.
2. **Абакумов, Р. Г.** Амортизационная политика: сущность, проблемы, направления совершенствования / Р. Г. Абакумов // Финансы и кредит. – 2008. – № 47 (335). – С. 10–13.

О. В. Амелина (tender@somex.biz),
магистрант

Т. Ф. Тарасова (tarasova-tf@mail.ru),
д-р экон. наук, профессор,
профессор кафедры экономики

Белгородский университет
кооперации, экономики и права
г. Белгород, Российская Федерация

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ ЗАО «СОМЭКС» В ДОБЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В статье рассматривается проблема оценки экономической эффективности применения полиуретана в добывающей промышленности, также представлены вопросы локальной и интегральной эффективности использования инновационных материалов ЗАО «СОМЭКС».

This article deals with valuation problem of economical efficiency polyurethane treatment in raw materials industry also there are considered some questions of local and integral efficiency of innovative materials treatment by PLC (ZAO) "SOMEX".

Предприятия добывающей промышленности традиционно считаются одним из индикаторов состояния экономики России. В условиях рыночной экономики перед такими предприятиями стоят задачи повышения эффективности деятельности, увеличения доходов, снижения расходов и повышения прибыли.

Добывающие предприятия не имеют возможностей в значительной степени контролировать цены на свою продукцию, поскольку они диктуются мировыми ценами. Поэтому для увеличения прибыльности необходимо снижение затрат и повышение эффективности всех производственных процессов. Снижение издержек производства обусловлено, в первую очередь, бесперебойной (без простоев) эксплуатацией оборудования. Увеличение ресурса оборудования, используемого в горнодобывающей и обогащительной промышленности, во многом определяется используемыми материалами, их способностью противостоять различным видам износа.

Продукция ЗАО «СОМЭКС», эксплуатируемая на предприятиях заказчиков, прошла этапы опытной эксплуатации и по своим характеристикам не уступает импортным изделиям, а по экономической эффективности, оперативности поставок и учету требований заказчиков превосходит их.

Экономическая эффективность – показатель, характеризующий общую величину экономического эффекта в сопоставлении с размером затрат [1]. Поскольку экономическая эффективность определяется на основе затрат ресурсов (отдельных видов ресурсов или по их совокупности), поэтому по признаку количества видов ресурсов показатели экономической эффективности принято классифицировать на локальные и интегральные (обобщающие). К локальным показателям относятся показатели, применяемые для анализа эффективного использования отдельных видов ресурсов. Интегральные показатели характеризуют экономическую эффективность использования совокупности ресурсов.

Для оценки экономической эффективности применения полиуретановых изделий на горно-обогатительных комбинатах необходимо количественное измерение, которое требует использования системы показателей для определения величины совокупного эффекта [1; 2].

Расчет локальной экономической эффективности ($\mathcal{E}_л$) применения полиуретановых изделий для аналогичных по конфигурации изделий осуществляется по следующей формуле:

$$\mathcal{E}_л = K_ц \cdot K_в \cdot K_p, \quad (1)$$

где $K_ц$ – коэффициент учета цены изделия из традиционного материала по сравнению с изделием из полиуретанового материала;

$K_в$ – коэффициент учета удельного веса изделия из традиционного материала по сравнению с изделием из полиуретанового материала;

K_p – коэффициент эффективности ресурса.

При внедрении нового материала, связанном с созданием и модернизацией технологического процесса, возникает необходимость оценки стоимости такого материала по сравнению

с традиционным, поскольку в условиях рынка важны соизмерение материальных возможностей с предстоящими затратами и выбор наиболее оптимального варианта вложения денежных средств. Коэффициент учета цены изделия из традиционного материала по сравнению с изделием из полиуретанового материала рассчитывается по формуле

$$\hat{E}_{\delta} = \frac{C_{\delta\hat{\epsilon}}}{C_{i\delta}}, \quad (2)$$

где C_{mi} – цена за 1 кг изделия из традиционного материала;
 C_{ny} – цена за 1 кг изделия из полиуретанового материала.

Коэффициент учета удельного веса изделия из традиционного материала по сравнению с изделием из полиуретанового материала показывает, во сколько раз изделия из полиуретана легче, а значит и экономичней, чем изделия из традиционного материала. Данный показатель определяется по формуле

$$\hat{E}_{\hat{a}} = \frac{\gamma_{\delta\hat{\epsilon}}}{\gamma_{i\delta}}, \quad (3)$$

где γ_{mi} – удельный вес традиционного материала;
 γ_{ny} – удельный вес полиуретана.

Коэффициент эффективности ресурса характеризует отношение срока службы изделий из полиуретана по сравнению с изделием из традиционного материала и показывает, во сколько раз изделия из полиуретана используются дольше, чем изделия из традиционного материала. Указанный показатель рассчитывается по формуле

$$\hat{E}_{p} = \frac{CP_{i\delta}}{CP_{\delta\hat{\epsilon}}}, \quad (4)$$

где CP_{ny} – срок службы изделия из полиуретанового материала;
 CP_{mi} – срок службы изделия из традиционного материала.

На те же самые численные данные номенклатуры полиуретановых аналогов традиционной продукции затраты, как правило, выше из-за более высоких мировых цен на полиуретан по сравнению со сталью, отечественной и импортной резиной и т. п. Но из-за более высокого эксплуатационного ресурса в удельном отношении на год полиуретан менее затратен, что дает годовой экономический эффект от применения конкретного изделия с одинаковыми типоразмерами, которые устанавливаются на одно и то же оборудование.

Интегральный экономический эффект за определенный период от применения определенного изделия из полиуретанового материала по сравнению с изделием из традиционного материала (\mathcal{E}_z) определяется по следующей формуле:

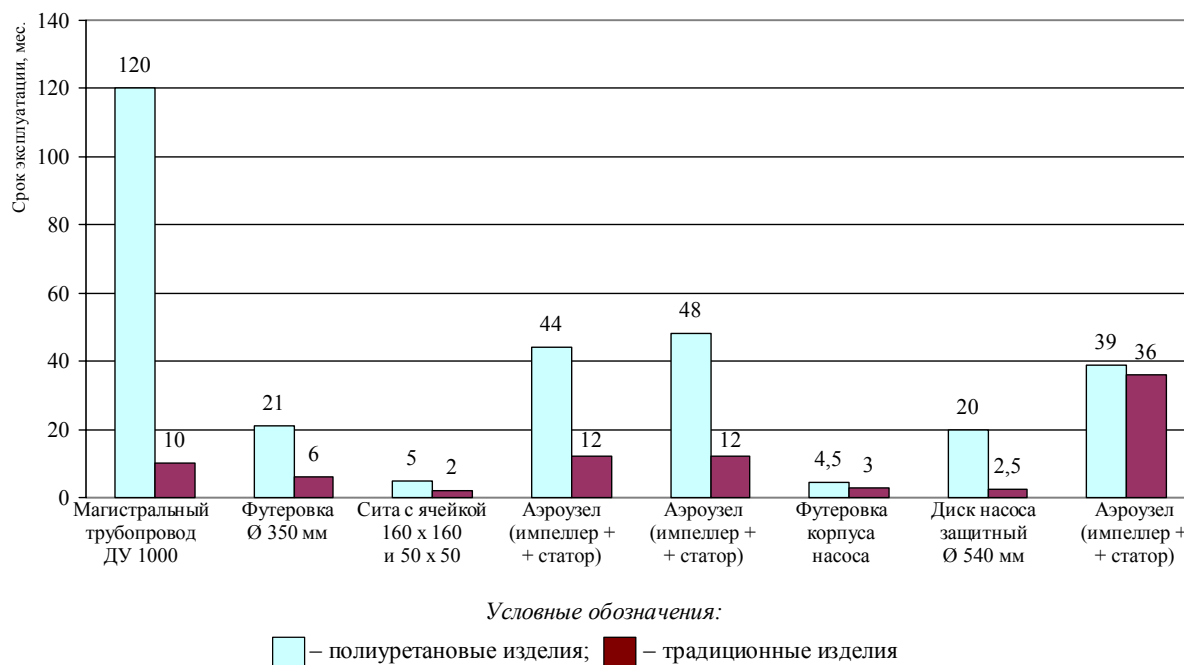
$$\sum_i^n \dot{Y}_{\hat{a}} = \frac{\sum_i^n C_{\delta\hat{\epsilon}} - \sum_i^n C_{i\delta}}{\hat{E}_{i\delta} p}, \quad (5)$$

где Z_{mi} – стоимость изделия из традиционного материала за определенный период;
 Z_{ny} – стоимость изделия из полиуретана за определенный период;
 $K_{icp} p$ – средний коэффициент эффективности ресурса определенного изделия;
 n – период, за который рассчитывается экономический эффект;
 i – изделие с одинаковыми типоразмерами, которые устанавливаются на одно и то же оборудование.

Холдинг «СОМЭКС» специализируется в области полиуретановых эластомеров и включает в свой состав управляющую компанию ЗАО «СОМЭКС» (г. Москва) и собственные производства, оснащенные современным высокопроизводительным оборудованием, в том числе импортным, что позволяет производить до 1 млн кг литьевого полиуретана в год (без учета металлоконструкций) как из импортного сырья, так и из сырья собственного производства. Квалификация производственного персонала, высокая технологичность сырья и возможности установленного оборудования позволяют изготавливать изделия массой от нескольких грамм до 3 т с максимальными габаритами до 6 м.

Компания «СОМЭКС» имеет опыт специализации по снижению производственных затрат горно-обогатительных предприятий за счет использования износостойких свойств полиуретана и других полимерных инновационных материалов в узлах и деталях эксплуатируемого оборудования. Замена в существующих производственных цепочках изделий, выполненных из износостойких металлов, на полиуретановые или композиционные изделия способствует увеличению сроков службы, снижению издержек и росту локальной и интегральной эффективности, что представлено на нижеприведенном рисунке.

Результаты экспериментальных исследований сроков эксплуатации полиуретановых и традиционных изделий в горно-добывающем производстве в 2006–2012 гг.



При оптимальной марке полиуретана изделия на его основе превосходят легированную сталь, импортную и отечественную резину, износостойкий чугун, титан, многократно продлевают жизненный цикл стальных магистральных трубопроводов и т. д.

Формула (1) не учитывает косвенную эффективность, оценка которой в каждом конкретном случае может носить индивидуальный характер (например, снижение затрат за счет экономии на количестве и трудоемкости ремонтов, рост объемов выхода продукции и т. п.).

Успешно пройденные испытания изделий из полиуретана являются основой для включения их в годовые планы закупок. При этом основным аргументом выступает показатель прямой годовой экономической эффективности. Необходимо рассчитать интегральную экономическую эффективность за один год по каждому изделию индивидуально.

При оценке итоговых показателей общей стоимости традиционных и полиуретановых изделий возникает ощущение парадокса: итоговые показатели стоимости традиционных изделий ниже, но эксплуатация полиуретановых изделий обеспечивает годовую экономию. Так как то же самое количество изделий из полиуретана служит дольше, удельные годовые затраты на них ниже, чем на традиционные изделия. При замене всего 9 позиций в номенклатуре изделий из традиционных материалов на изделия из полиуретана можно получить годовую экономию в сумме 4 314 451 р.

Для достижения более высокой эффективности на горно-обогатительных предприятиях необходимо ориентировать предприятия на современные абразивно-стойкие материалы и технологии. Степень вовлеченности таких материалов в производственные процессы, как правило, является критерием более низкого уровня издержек по сравнению с технологиями на основе традиционных материалов. При этом важную роль играет правильный расчет показателей эффективности применения новых материалов и технологий.

Список литературы

1. **Аверченков, В. И.** Инновационный менеджмент : учеб. пособие для вузов / В. И. Аверченков, Е. Е. Ваинмаер. – М. : ФЛИНТА, 2011. – 293 с.
2. **Бочаров, В. В.** Инвестиционный менеджмент / В. В. Бочаров. – СПб. : Питер, 2000. – 202 с.

Т. А. Ваїс (buba3561@list.ru),
канд. техн. наук, доцент, зав. кафедрой экономики и управления

Вологодский институт бизнеса
г. Вологда, Российская Федерация

А. Е. Ваїс (alena3589@gmail.com),
студентка

Hochschule Rhein Waal Rhein Waal University of applied sciences
Kleve, Germany

Е. С. Ваїс (weisvologda@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры экономики и организации

Вологодская государственная молочно-хозяйственная
академия им. Н. В. Верещагина
г. Вологда, Российская Федерация

ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ «УТЕЧКИ МОЗГОВ» ИЗ РОССИИ

«Утечка мозгов» – процесс массовой эмиграции, при которой из страны или региона уезжают специалисты, ученые и квалифицированные рабочие по политическим, экономическим, религиозным или иным причинам. В этой статье проанализированы причины и выявлены последствия «утечки мозгов» из России.

“Brain drain” – the process of mass immigration, due to which specialists, scientists and highly qualified workers, leave the country or region due to political, economical, religious and other reasons. In this article the reasons are analysed and “brain drain” consequences from Russia are revealed.

Иностранные издания «Экономист» и «Рейтерс» в своих статьях в ноябре 2012 г. заявили: «У России сейчас три основных статьи экспорта: углеводороды, деньги (отток капитала достигает почти рекордной отметки) и люди (в основном, образованная молодежь)» [1].

В современном мире это явление получило название «утечка мозгов» (процесс массовой эмиграции, при котором из страны или региона уезжают специалисты, ученые и квалифицированные рабочие по политическим, экономическим, религиозным или иным причинам).

Странам, из которых происходит «утечка» специалистов, наносится весьма значительный экономический, культурный, а иногда и политический ущерб, и напротив, страны, принимающие и обеспечивающие специалистов-эмигрантов, приобретают огромный и дешевый интеллектуальный капитал.

Причины «утечки мозгов» из России делятся на внешние и внутренние. Различают следующие внешние причины «утечки мозгов» из страны:

- *Политика стран Европейского Союза, США, Великобритании и других стран по привлечению высококвалифицированных кадров.* Западная Европа и Северная Америка (в частности, США и Канада), а также Австралия преследуют цель наиболее эффективно и с минимальными затратами пополнить качественно свою науку и образование. В качестве примера законодательства по миграционной политике высококвалифицированных специалистов можно привести Директиву 2009/50/ЕС Совета Европейского Союза от 25 мая 2009 г. [2].

Намечается устойчивая тенденция к увеличению числа занятых в научно-исследовательских работах (таблица 1).

Таблица 1 – Число занятых в научно-исследовательских работах в 2008 г. на 10 000 занятых в развитых странах, чел. [3]

Страна	Число занятых в научно-исследовательских работах
Финляндия	200
Швеция	150
Франция	135
Япония	135

Спрос на исследования и интеллектуальные знания постоянно возрастает, что выражается в постоянном увеличении заработной платы в этих странах по сравнению со средней [3].

- *Политика стран Европейского Союза по повышению качества и доступности высшего образования.* В 2003 г. в странах ЕС на высшее образование было израсходовано (с учетом ча-

стных затрат и расходов международных организаций) в среднем 1,18% валового внутреннего продукта [4].

Высшее образование в Европейском Союзе финансируется на 79,9% за счет общественно-государственных расходов, 5,4% поступает от некоммерческих организаций и фирм, 11,5% средств вносится в качестве платы за обучение [4]. Высшее образование во многих странах Евросоюза можно считать бесплатным.

Внутренние причины «утечки мозгов» следующие:

- *Низкий уровень оплаты труда как молодого ученого, так и ученого высшей квалификации, низкий престиж статуса ученого в России.* «Унизительное положение честных докторов и кандидатов наук часто сравнивают с трудом дворника», – пишет Е. Румянцева [5]. По мнению экспертов, уровень заработной платы научных сотрудников в России зависит от их категории и географического положения вуза (таблица 2).

Таблица 2 – Уровень заработной платы в зависимости от категории научных сотрудников и географического положения вуза на январь 2014 г., евро [6]

Категория научного сотрудника	Географическое положение вуза	
	Москва и Санкт-Петербург	Периферийные города
Ассистент	150–300	150
Старший преподаватель	200–350	200
Кандидат наук, доцент	300–1 200	350–500
Доктор наук, профессор	500–2 500	500–600

- *Неудовлетворительная материально-техническая и приборная база.* Например, чтобы подготовить на сегодняшний день одного специалиста в области информатики – программиста, электронщика, конкурентоспособного на рынке труда, – нужно затратить порядка 20–25 тыс. долл. США в год, в России же государство выделяет из бюджета на одного студента только 500 долл. США вместо положенных 20 тыс. [7].

- *Коррупционность науки, «продавливание» бизнесменов и политиков, которым за деньги пишут диссертации.* По словам Е. Румянцевой, в Интернете можно свободно найти предложения за деньги написать кандидатскую или докторскую диссертацию по любой тематике [5].

- *Бюрократизм и волокита в своей стране, блокирующие возможность продуктивного труда.* В открытом письме 9 сентября 2009 г., написанном учеными и адресованном Президенту Д. А. Медведеву и Премьер-министру В. В. Путину [8], указывалось на «катастрофическое состояние» российской науки и неприемлемые условия работы. Письмо подписали около 300 ученых, работающих за границей.

- *Научный и материальный успех за рубежом многих ученых, покинувших Россию.*

К последствиям от «утечки мозгов» можно отнести то, что доля России в мировом наукоемком секторе упала с 7,3% в 1992 г. до 0,9% в 2000 г., в то время как США увеличили свою долю с 28,1% в 1992 г. до 33,9% в 2000 г.

Заместитель министра образования и науки Российской Федерации на дату публикации, министр образования и науки Российской Федерации с 21 мая 2012 г. Д. Ливанов отмечает: «В 2005 г. число занятых в науке в России составляло порядка 40% от уровня 1990 г., средний возраст людей, занятых в науке, – 46 лет» [7].

В Вашингтоне 18 сентября 2012 г. экономисты Всемирного банка во главе с Л. Фрейнкманом исследовали российскую научную и инженерную диаспору за рубежом и ее связи с Россией [9]. В исследовании приняли участие 600 российских эмигрантов, имеющих степень доктора наук. В результате было выяснено, что:

- владеют венчурными компаниями в России 24% опрошенных;
- имеют деловые отношения с партнерами в России (исследовательские гранты или коммерческие контракты с российскими компаниями) 15,5%;
- организации 71% респондентов ведут деятельность в России;
- не поддерживают с Родиной никаких деловых связей 10,4%;
- 100% эмигрантов бывают в России;
- в Россию хотели бы вернуться в ближайшие 3–4 года и при определенных условиях 17,5%;
- хотели бы помогать российским предпринимателям (в виде консультаций за определенное вознаграждение) 32% респондентов.

«Мы по-прежнему продолжаем готовить чуть меньше половины физиков и математиков hi-класса во всем мире», – говорит В. Зернов, ректор Российского нового университета, председатель совета Ассоциации негосударственных вузов России в 2003 г. [10].

Таким образом, развитые страны получают в результате грамотной миграционной политики высококвалифицированных специалистов и увеличивают число занятых в сфере научно-исследовательских работ. Сделав высшее образование бесплатным, страны Европейского Союза привлекают в свою экономику умных иностранных студентов.

Из-за «утечки мозгов» в России произошло увеличение среднего возраста людей, занятых в науке, и уменьшилось количество ученых, активно занимающихся наукой в стране, почти в 9 раз. Но все-таки российские специалисты, например, в области точных наук, остаются одними из лучших в мире. Российская научная и инженерная диаспора за рубежом готова в дальнейшем сотрудничать с Россией.

Меры, предпринимаемые Правительством Российской Федерации по борьбе с «утечкой мозгов», не столь эффективны. Необходимо повысить жизненный уровень населения и квалифицированных специалистов до среднеевропейского, кардинально изменить отношения с эмигрантами, увеличить финансирование науки и вузов, сделать венчурный бизнес и науку прозрачными.

Список литературы

1. **В «утечку мозгов»** из России верится с трудом [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.inotv.rt.com/2012-11-02/V-utechku-mozgov-iz-Rossii>. – Дата доступа : 11.01.2013.
2. **Директива** 2009/50/ЕС Совета Европейского Союза от 25 мая 2009 г. об установлении условий въезда и пребывания граждан третьих стран в целях высококвалифицированной работы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://eulaw.edu.ru/documents/legislation/svob_peredv/blue_card.htm. – Дата доступа : 11.01.2013.
3. **Проблемы «утечки мозгов»** из России [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.radtr.net/dergi/sayi1/faranosov.htm>. – Дата доступа : 11.01.2013.
4. **Затраты** на высшее образование в Европе // Отечественные записки [Электронный ресурс]. – 2008. – Режим доступа : http://www.socpolitika.ru/rus/social_policy_research/analytics/document7339_print.shtml. – Дата доступа : 11.01.2013.
5. **Румянцева, Е. Е.** Коррупция: война против людей, свободы и демократии (книга о нашей жизни) / Е. Е. Румянцева. – М. : ИНФРА-М, 2010. – 164 с.
6. **Леонов, А.** Фальшивый кандидат / А. Леонов, Д. Буянова, М. Рудометкин // Новые Известия. – 2007. – 4 июля. – С. 8.
7. **Министерство** образования обеспокоено «утечкой мозгов» из России [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.urekanet.ru/ewww/promo_print/2529.html. – Дата доступа : 12.01.2013.
8. **Открытое** письмо Президенту России от 9 сентября 2009 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.scientific.ru/doska/rffi94fz>. – Дата доступа : 12.01.2013.
9. **«Утечка** мозгов» не страшна России и почти ничего не дает Западу [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.finmarket.ru/z/nws/hotnews.asp?id=3052707>. – Дата доступа : 18.09.2012.
10. **Россия** потеряла от «утечки мозгов» 1 трлн долл. США [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.silicontaiga.ru/home.asp?artid=1449>. – Дата доступа : 12.01.2013.

Т. В. Верховенко,
ст. преподаватель кафедры экономики

Ю. А. Солошенко,
студентка

*Белгородский университет
кооперации, экономики и права
г. Белгород, Российская Федерация*

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

В данной статье рассматривается состояние туристской отрасли Белгородской области. Дается оценка перспектив развития сельского туризма в Белгородской области, а также проанализированы первостепенные задачи по развитию отрасли.

This article discusses the status of the tourism industry of the Belgorod region. To estimate the prospects of development of rural tourism in the Belgorod region and reviewed the priorities of industry development.

Согласно определению Международной ассоциации научных экспертов в области туризма, туризм – совокупность отношений и явлений, которые возникают во время перемещения и пребывания людей в местах, отличных от их постоянного места проживания и работы.

Немалое внимание в статье мы должны уделить истории возникновения и зарождения туристской отрасли народного хозяйства.

Период развития туризма до начала XIX в. включает следующие этапы развития:

- Античный туризм, когда основными мотивами путешествий были образование, паломничество, торговля, лечение и спортивные соревнования. Расцвет данного вида туризма был связан главным образом с Древней Грецией и Римом, так как массовый характер в те времена носили путешествия в религиозных целях, например, в Олимпию. Связаны такие путешествия были с праздником в честь Зевса, который проводился каждые четыре года, начиная с VII в. до н. э. Другой формой туристских путешествий были выезды в лечебные местности. При минеральных источниках либо вблизи святых мест возводились объекты наподобие современных санаториев, а лечебные места славились большим комфортом услуг и разнообразием развлечений. Кроме таких санаториев, римляне охотно проводили время в горах и у моря. Уже в Древнем Риме стала отмечаться двухсезонность туристских выездов [1].

- Туризм средних веков, основными мотивами которого можно назвать религиозный туризм, образование и аристократические отношения. Средневековье отличалось значительным уменьшением туристского движения, и только в VII и VIII вв. н. э. были возобновлены активные путешествия в религиозных целях. Также следует отметить, что наряду с путешествиями в религиозных целях все больше осуществлялось поездок политического характера, особенно предпринимаемых официальными посланниками глав государств. Развитие науки и связанная с этим организация университетов привели к появлению в Европе такого вида туризма, как путешествия студентов. Началом этого направления можно считать XIII в. [2].

- Туризм нового времени. Основные тенденции отдыха в данный период определила промышленная революция.

Международный туризм берет свое начало в середине XIX в., т. е. со времени упрочения капиталистического строя в наиболее развитых странах мира. Международный туризм развивается в тесной взаимосвязи с другими сторонами международной жизни и реагирует не только на общее политическое и экономическое положение, но и на экономику и политику отдельных стран. Этим объясняется неравномерность развития туризма в разные годы.

Стать самостоятельным и обычным видом путешествий туризм смог лишь на определенной ступени развития общественных отношений, на базе высоко развитого и устойчивого экономического, политического и культурного общения между народами, что совпадает с периодом формирования международного рынка, роста международной торговли и появления средств транспорта [3].

В современной жизни мирового сообщества туризм играет все более важную роль в силу своего непосредственного воздействия как на социальную, так и на экономическую сферу [3].

Белгородская область является приграничной, имеет развитую систему транспортного сообщения, связи и телекоммуникаций, а также международный аэропорт. Регион располагает значительными туристско-рекреационными ресурсами (культурно-историческими, военно-историческими, историко-этнографическими, аграрно-туристскими и др.).

Кроме того, более 2 тыс. объектов культурного наследия находятся под государственной охраной. Музейная сеть представлена 40 государственными учреждениями, совокупный фонд которых составляет сегодня более 460 тыс. предметов хранения. Их количество ежегодно увеличивается в среднем на 4%. Только за 2012 г. с музейными экспонатами ознакомилось более 690 тыс. чел.

На территории области также находятся 2 музея-заповедника – «Белогорье» и «Прохоровское поле», разработаны маршруты с посещением данных заповедников.

Немаловажное значение в туристской инфраструктуре имеют гостиницы и аналогичные средства размещения (мини-гостиницы, турбазы, кемпинги, детские лагеря, гостевые дома). Если в 2011 г. их было 118 единиц, то в 2012 г. количественный показатель увеличился до 152.

В настоящее время в области функционирует более 130 гостиниц, 8 санаториев, 3 санатория-профилактория, 13 баз отдыха и 8 гостевых домов. Многие из средств размещения располагают такими объектами инфраструктуры, как кафе, бары, рестораны, бассейны, бани, сауны, тренажерные залы, теннисные корты, автостоянки и др.

Одно из перспективных направлений внутреннего и въездного туризма – сельский туризм. Развитие данного направления осуществлялось в соответствии с областной целевой програм-

мой развития сельского туризма в Белгородской области на 2011–2013 гг. за счет средств федерального и областного бюджетов.

Развитие данного вида туризма стало возможным благодаря совместному проекту Министерства экономического развития Российской Федерации и правительства Белгородской области. В настоящее время около 100 гостевых домов, мини-гостиниц, туристских баз и гостиниц в областном и районных центрах принимают туристов, приезжающих в область. Во многих из них сохранен «дух деревни», и сейчас в этом секторе работают более 140 бизнесменов.

К работе по обслуживанию туристов привлечено 30 предприятий общественного питания, 8 индивидуальных предпринимателей, осуществляющих пассажирские перевозки. Более 200 наиболее интересных туристских объектов (усадеб, природные заповедники и парки, исторические и культурные объекты) демонстрируются в ходе экскурсионных поездок по 32 туристским маршрутам, разработанным Белгородским областным фондом поддержки малого и среднего предпринимательства.

Объекты сельского туризма проходят сертификацию на соответствие стандартам, разработанным специалистами фонда с учетом требований к сельскохозяйственным усадьбам, принятым в Европе. Получают они не традиционные «звезды», а «подковы» – от одной до четырех. По состоянию на 1 января 2012 г. получили «подковы» 14 туристских объектов, еще 10 – готовятся к сертификации.

В рамках реализации мероприятий данной программы готовился к открытию центр развития туризма и народных художественных промыслов «Золотая подкова». Этот центр объединил не только весь туристический кластер области, но и многочисленную гильдию ремесленников, поскольку сельский туризм неразрывно связан с народной культурой и ремесленничеством.

Семь белгородских туристических фирм учредили общественную организацию – Белгородскую ассоциацию туристских организаций.

Предмет деятельности ассоциации – объединение предприятий и организаций Белгородской области, являющихся участниками туристской индустрии, с целью повышения эффективности их деятельности.

Учредителями Белгородской ассоциации туристических организаций стали ООО «Зевтур», ООО «Туристическая фирма Ильиной», ООО «5-й сезон», ООО «Ника-тур», ООО «Коллибри-тур», ООО «Клуб путешественников», ООО «Интерконтактсервис».

Все эти организации хорошо известны на внутреннем туристском рынке и зарекомендовали себя как добросовестные поставщики туристских услуг.

По итогам 2012 г. за счет внутреннего и въездного туризма область получила 620 млн р., ее посетили около 300 тыс. чел.

В туристической индустрии 2012 г. существовали направления и приоритетные задачи по развитию туристической отрасли в Белгородской области. В числе первостепенных можно выделить:

- разработку и принятие областной программы развития внутреннего и въездного туризма в Белгородской области;
- комплексное развитие туристско-рекреационных территорий (опорных туристических зон) в области;
- объединение музейных центров и туристских комплексов в целях формирования единой системы туристских маршрутов на территории Белгородской области;
- содействие в разработке и реализации инвестиционных проектов в сфере туризма и туристской инфраструктуры.

Для осуществления вышеперечисленных задач в настоящее время в департаменте экономического развития Белгородской области создано управление по развитию туризма.

Правительство Белгородской области 14 января утвердило долгосрочную целевую программу развития внутреннего и въездного туризма в Белгородской области на 2013–2017 гг. На ее реализацию будет направлено около 2 млрд р., на которые планируют реконструировать туристские объекты, развивать инфраструктуру и создавать крупные туристические кластеры.

Один из таких кластеров появится на месте парка «Ключи» Прохоровского района, который объединит этнографическую деревню Кострома, постоянно действующий детский лагерь на 200 мест, палаточный лагерь и казацкую деревню, а также комплексы «Рыбачья артель» и «Русская деревня». В Валуйском районе предполагается построить конно-спортивный комплекс «Серебряная подкова», а в Белгороде возведут международный деловой центр и парк «Белая крепость».

Начальник департамента экономического развития области О. Абрамов высказал мнение о том, что программа позволит рассматривать туризм как одну из составляющих экономики Белгородской области.

В результате реализации программы ожидается, что в 2017 г. объем платных туристских услуг на территории области составит 1,45 млрд р., а число туристов достигнет 500 тыс. чел.

Таким образом, можно судить о перспективности развития туризма в Белгородской области, на территории которой сосредоточены уникальные природные и рекреационные ресурсы, объекты национального и мирового культурного и исторического наследия, проводятся важные экономические, культурные, общественные и спортивные мероприятия. Богатое природное наследие, разнообразие флоры и фауны обуславливают развитие экологического туризма в Белгородской области, обладающей высоким туристско-рекреационным потенциалом.

Список литературы

1. **Структура** туристского рынка : учеб. пособие для вузов / под ред. А. Ю. Александровой. – М. : Соло-Пресс, 2013. – 321 с.
2. **Вавилова, Е. В.** Основы международного туризма : учеб. пособие / Е. В. Вавилова. – М. : Гардарики, 2007. – 147 с.
3. **Туризм** как вид деятельности : учеб. для вузов / под ред. И. В. Зорина, Т. П. Каверина. – М. : Финансы и статистика, 2008. – 287 с.

Л. К. Вьюгина (lyubov_vyugina@bk.ru),
канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры
экономической теории и менеджмента

*Российская открытая академия транспорта Московского
государственного университета путей сообщения (МИИТ)
г. Москва, Российская Федерация*

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КЛАСТЕРОВ В РОССИИ

Статья носит аналитический характер и посвящена проблеме формирования и развития кластеров на территории России, влиянию социально-экономических факторов на основные направления развития кластеров.

The article is of analytical nature and is devoted to the issue of clusters formation and development in the territory of Russia, impact of socio-economic factors on basic development lines of clusters.

В Российской Федерации принципы и элементы кластерной политики заложены в Концепции долгосрочного социально-экономического развития до 2020 г.

Кластерная политика основывается на системе мер, проводимых государственными органами власти, инструментах и механизмах поддержки функционирования предприятий, образующих кластер, обеспечивающих конкурентоспособность и инновационную инициативу.

На данный момент достаточно много написано статей о региональных, инновационных, инновационно-промышленных кластерах как новой тенденции развития экономики. Рассматривая этот вопрос с точки зрения его истории, можно отметить, что новое является хорошо забытым старым. Экономика любой страны основана на традиционных принципах, и ее становление – это результат эволюции общества, производства и производственных отношений, что мы и видим в эволюционном развитии кластеров [1, с. 434]. В своей работе А. А. Быкова приводит циклическую модель кластерного развития, рассматривает четыре основных блока во взаимодействии: среда, драйверы, развитие и результаты кластера [2]. В блоке «драйверы кластера» как показатели ресурсов на первое место выдвигаются человеческие ресурсы и научная составляющая территории, необходимые для образования кластеров. Такой подход, на наш взгляд, характерен для «эволюционного» развития экономики территории и подготовки к «качественному» развитию. «Эволюционное» развитие характеризуется достаточно большим временным промежутком для развития и становления предприятий, формирования хозяйственных связей и развития коммуникаций, а также инфраструктуры территории.

Прогнозированием и планированием развития отдельных территорий занимались в недавнем прошлом государственные структуры, такие как Госплан, министерства и отраслевые ведомства. Труды В. С. Немчинова и Д. Макфаддена, посвященные разработке методов моделирования экономических процессов и экономико-математических моделей, можно рассматривать применительно к формированию кластеров как «эволюционного», так и «революционного» типа.

«Революционное» развитие региональных кластеров происходило в эпоху индустриализации, широкомасштабного освоения территорий и строительства большого количества предприятий, они

носили название «территориально-промышленные комплексы». Социальная составляющая, как правило, не учитывалась, поэтому многие проекты в конечном итоге не дали желаемого устойчивого экономического эффекта. Рыночных отношений в тот период не было, не учитывались потребительские нужды населения, что привело в итоге к оттоку населения из «индустриальных» центров и центров освоения территорий. Впервые в 70-е гг. прошлого века стала прослеживаться территориальная миграция населения из промышленных центров в средние и малые города (в частности, из городов Урала в сельскую местность Ставропольского и Краснодарского края), поэтому необходимо было принимать меры по повышению привлекательности промышленных центров.

С развитием и становлением рыночных отношений, формированием среднего класса полностью изменилось отношение к имущественному промышленному комплексу. Государство принимает программы развития территорий, инновационного, инвестиционного и социально-экономического развития, в которых прослеживается тенденция формирования разнонаправленных кластеров.

Основными задачами кластерной политики являются направления, отражающие особенности динамичного развития экономики. Содействие институциональному развитию кластеров предполагает инициирование и поддержку создания специализированной организации развития предприятий, а также деятельности по стратегическому планированию кластеров и стимулированию укрепления сотрудничества между ними.

Развитие механизмов поддержки проектов, направленных на повышение конкурентоспособности предприятий и содействие эффективности их взаимодействия, предполагает, что предоставление поддержки соответствующим проектам должно оказываться вне зависимости от принадлежности участвующих предприятий к тому или иному кластеру.

Обеспечение формирования благоприятных условий развития кластеров – процесс многогранный, который включает:

- повышение эффективности системы профессионального образования;
- содействие развитию сотрудничества между предприятиями и образовательными организациями как высшего, так и среднего профессионального образования;
- осуществление инвестиций в развитие инженерной и транспортной инфраструктуры, жилищное строительство, реализуемое с учетом задач развития кластеров;
- предоставление налоговых льгот в соответствии с действующим законодательством и снижение административных барьеров.

Инициативы по внедрению кластерной политики подвергаются строгой критике, сторонники критической точки зрения, в частности, указывают на то, что концентрация производства на данной территории в рамках кластера уменьшает устойчивость региональной экономики, она становится менее устойчивой к внешним воздействиям рынка, снижается процесс диверсификации. Преобладание на данной территории занятых в кластере предприятий понижает инновационность, например, в сфере управления, так как является следствием соприкосновения людей, обладающих существенно отличающимися знаниями и опытом. Стимулирование кластерообразования является такой же субсидией, как и традиционные меры промышленной политики. Так, известный еще с советских времен автомобильный кластер расположен в Самарской области (автомобильный кластер Самара – Тольятти). Другим примером успешно развивающегося кластера является Калуга. На данной территории активно развивается кластер по производству автокомпонентов и автомобилей.

В последнее время в России происходит осознание значимости кластерного подхода в решении задач модернизации и технического развития национальной экономики, практического внедрения поддерживающих инновационную деятельность институциональных структур, сетевых и кластерных образований. Это объясняется широкомасштабным положительным опытом кластеризации экономик многих развитых стран мира, что доказывает на практике эффективность использования сетевых структур в повышении конкурентоспособности экономики как отдельных регионов, так и страны в целом. Уровень преимущества кластерного подхода способен стать для России индикатором экономического роста. Система кластеров позволяет придать гибкость организации управления инновационным процессом на большой по масштабам территории России. Еще одно преимущество кластерного подхода состоит в возможности решать проблему распределения ограниченных инвестиционных ресурсов в инновационной деятельности. Курс на формирование кластерной политики и ее реализацию был взят в российской экономике в 2005 г.

Тема создания кластеров становится одним из основных лейтмотивов программ социально-экономического развития. Например, в Стратегии развития науки и инноваций в Российской Федерации на период до 2015 г. в качестве одной из задач модернизации экономики названы сти-

мулирование спроса на инновации и результаты научных исследований, создание условий и предпосылок для формирования устойчивых научно-производственных кооперационных связей, инновационных сетей и кластеров. Развитие венчурных предприятий изменит парадигму рынка и усилит кооперационные связи между предприятиями внутри кластера.

В Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 г. отмечено, что успех реализации инновационного сценария развития страны будет зависеть от способности государственных органов власти обеспечить условия для дальнейшего совершенствования институциональной среды и формирования институциональных структур, присущих постиндустриальному обществу.

К числу поддерживающих условий кластерных инициатив, направленных на достижение результативности кооперационных действий организаций – поставщиков оборудования и комплектующих, научно-исследовательских и образовательных организаций в рамках территориально-производственных кластеров, относится коммуникационное взаимодействие на взаимовыгодных условиях.

Государственными органами определены зоны опережающего экономического роста. Эти зоны призваны стать платформой для образования территориально-производственных кластеров и единых технологических цепочек по производству продукции с высокой добавленной стоимостью, обеспечивающих основной вклад в экономику соответствующих субъектов Российской Федерации.

Построение производственного процесса от исходного сырья до конечной востребованной на потребительском рынке продукции для нужд региона осуществляется через создание производственного кластера по профильным видам продукции, нужной региону. Методология такого кластера позволяет проводить процесс производства готовой продукции в рамках единой технологической цепочки производства и поставки продукции любого ассортимента, качества и объема, получаемой согласно плану государственных закупок для нужд региона.

Список литературы

1. **Большой** экономический словарь. – М. : Ин-т новой экономики, 2010. – 540 с.
2. **Быкова, А. А.** Исследование условий формирования и функционирования региональных инновационно-промышленных кластеров / А. А. Быкова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.novsibuniver.ru>. – Дата доступа : 20.01.2013.

А. В. Гавриков (algavrik@yandex.ru),
ст. преподаватель кафедры мировой
и национальной экономики

Д. А. Дворкин (danik-by1@mail.ru),
студент

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

К ВОПРОСУ О НЕКОТОРЫХ ПРОБЛЕМАХ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ СИСТЕМЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Исследованы текущее состояние, проблемы и перспективы развития отечественной розничной торговой сети, а также неблагоприятные факторы функционирования розничных торговых организаций потребительской кооперации. Предложены меры по их нивелированию.

In the article the author investigated the current state, problems and prospects of development of the domestic retail trade network, as well as the challenges of retail trade system of consumer cooperatives.

Современная розничная торговля относится к числу наиболее динамично развивающихся отраслей народного хозяйства. Она является одной из немногих сфер деятельности, сумевших достаточно быстро адаптироваться к рыночным условиям хозяйствования. Изменения, связанные с активизацией рыночных отношений, наблюдающиеся в Республике Беларусь, открывают новые возможности и перспективы для развития торговли. Экономический подъем последних лет

ведет к устойчивому росту потребительского спроса. Белорусский покупатель становится все более взыскательным, поскольку имеет возможность выбрать организацию торговли, которая будет способна обеспечить реализацию ожидаемого уровня потребительских предпочтений.

Среди организационно-правовых форм торговли выделяются организации потребительской кооперации, осуществляющие розничную торговлю в Беларуси преимущественно в сельской местности и функционирующие в специфических условиях, и иные организации розничной торговли государственной и негосударственной форм собственности. Являясь основной отраслью экономики потребительской кооперации, розничная торговля во многом определяет устойчивое развитие кооперативной системы.

Организации розничной торговли потребительской кооперации, как и другие организации Беларуси, развиваются в направлении повышения эффективности и качества удовлетворения потребностей обслуживаемого населения. В то же время, по нашему мнению, в последние годы слишком ярко проявляется влияние специфической внешней среды на эффективность и качество функционирования организаций потребительской кооперации, осуществляющих розничную торговлю.

Необходимость сопоставления проблем и дальнейших перспектив развития организаций торговли потребительской кооперации в Республике Беларусь с оценкой внешней среды объясняется тем, что эти субъекты хозяйствования взаимодействуют между собой, с органами государственного управления, другими субъектами, не входящими в систему потребительской кооперации, общественными структурами и т. д., т. е. осуществляют свою деятельность во внешней среде.

Полагаем, что у организаций торговли потребительской кооперации в Республике Беларусь имеются все предпосылки для того, чтобы успешно развиваться в жестких условиях рыночной экономики, выдерживать конкуренцию с организациями торговли других форм собственности. В неблагоприятных рыночных условиях именно очень крупные и очень малые субъекты предпринимательства оказываются самыми стойкими, так как крупные организации обладают мощными финансовыми ресурсами и имеют возможность диверсифицировать свою деятельность. В то же время мелким организациям присущи гибкость, оперативность, способность быстро приспосабливаться к меняющейся ситуации.

Под неблагоприятными рыночными условиями нами, в первую очередь, подразумевается выход на рынок розничной торговли Республики Беларусь действительно крупных сетевых игроков в сфере ритейла.

Следует отметить, что потребительская кооперация играет важную роль в системе жизнеобеспечения сельского населения страны. Сложившаяся социально-экономическая ситуация на селе и происходящие в агропромышленном комплексе преобразования требуют от руководства системы организаций потребительской кооперации неких дополнительных мер по развитию торговли. Мы считаем, что потребительская кооперация является основной, но в то же время не единственной торговой системой на селе. Однако доля потребительской кооперации в розничном товарообороте на селе имеет тенденцию к снижению начиная с 1997 г.

Возможности конкурентных преимуществ организаций торговли потребительской кооперации и системы в целом, по нашему мнению, используются не в полной мере, что подтверждается постоянным снижением потенциальных возможностей на соответствующем сегменте рынка. Это связано, прежде всего, с несовершенством организационной структуры управления и наличием противоречий между отдельными составляющими системы потребительской кооперации, что не позволяет соответственно реализовать возможности в полном и желаемом объеме.

Можно отметить также и «неповоротливость» системы потребительской кооперации. Торговые организации потребительской кооперации неспособны быстро видоизменяться, соответствовать определенным запросам рынка. Происходит отставание в развитии современных форм торговли типа сетевых гипермаркетов, прибыльных видов производства, торговли и услуг, что связано во многом с нехваткой оборотных средств, финансовых и инвестиционных ресурсов, высокими издержками, излишней численностью управленческого персонала. На сегодняшний день нет достаточных мотивационных механизмов и существует вынужденная ориентация на темповые показатели. Таким образом системе потребительской кооперации не предоставлена возможность самостоятельного выбора пути развития торговли.

Существует достаточно серьезная угроза для реализации конкурентных преимуществ уровня всей системы потребительской кооперации и торговли в частности, связанных с приходом на рынок крупных сетевых структур (в особенности, в малых и средних населенных пунктах, а также в сельской местности).

С 2005 г. в Беларуси появились и динамично развиваются крупные торговые сети. По состоянию на начало 2014 г. их насчитывалось 24, среди которых 14 осуществляют торговлю преимущественно продуктовой группой товаров (торговые сети «Евроопт», «Корона», «Рублевский», «Родная сторона», «Соседи», «Виталюр», «Алми», «БелМаркетКомпани» и др.).

По нашему мнению, необходимо отдельно отметить торговую сеть «Евроопт» (управляющая компания ООО «Евроторг»), так как только эта организация имеет планы по экспансии рынка продовольственных товаров, бытовой техники, а также промышленной группы товаров в населенных пунктах, традиционно обслуживаемых организациями торговли системы потребительской кооперации. В то же время иные субъекты хозяйствования, вовлеченные в сферу сетевой розничной торговли в Республике Беларусь, имеют планы по развитию лишь на традиционных сегментах рынка и косвенно затрагивают сферу интересов системы потребительской кооперации.

В 2008 г. ООО «Евроторг» (бренд «Евроопт») насчитывало 8 объектов торговли, в 2012 г. – 123 (увеличение за 2008–2012 гг. в 15,4 раза), а на начало 2014 г. оно включает уже 203 объекта торговли. Ассортимент, представленный в магазинах данной торговой сети, превышает 85 000 наименований, а сами торговые объекты расположены во всех областных и некоторых районных центрах страны. Товарный портфель бренда включает 187 товарных позиций, 30 торговых марок, 18 товарных групп.

В сферу интересов торговой сети «Евроопт» традиционно попадают все города и поселки с населением от 10 тыс. человек. В то же время уже сейчас ООО «Евроторг» готово взять на себя функцию создания автолавок и доставлять продукты в труднодоступные регионы страны. По мнению самой компании, такой проект будет рентабельным. Для организации такой торговли достаточно создать в районе один стационарный объект торговли и обеспечивать своевременную доставку, используя собственный парк автомагазинов.

Также торговая сеть «Евроопт» готова открыть стационарные магазины во всех населенных пунктах с численностью жителей от 500 человек и обеспечить торговлю в автолавках во всех деревнях, в которых проживает хотя бы один человек (в крупных деревнях автолавки будут осуществлять торговлю 2–3 раза в неделю, в небольших – не менее 1 раза в неделю).

Можно выделить следующие основные конкурентные преимущества торговых сетей, в том числе ООО «Евроторг», в сравнении с несетевой и кооперативной торговлей в Республике Беларусь: частые закупки товаров большими партиями обеспечивают льготное ценообразование у поставщиков товаров со всеми вытекающими отсюда последствиями; доходы сетевых торговых структур позволяют содержать собственную систему складов и (или) распределительные центры, что в значительной мере снижает зависимость от поставщиков и обеспечивает сетевое превосходство над поставщиками в вопросе диктата цен, позволяет маневрировать товарными ресурсами, уменьшает сумму расходов на предпродажную подготовку товаров; торговые сети в большинстве случаев выигрывают на проведении рекламных компаний, информационном обеспечении, применении средств автоматизации; торговые сети обладают узнаваемостью среди конечных потребителей, т. е. с течением времени формируется определенный имидж, появляются известный бренд, наименование сети, развиваются собственные торговые услуги в данной сетевой организации; торговые сети позволяют охватить большее количество потребителей, что потенциально существенно повышает доходы; за счет унификации многих бизнес-процессов сокращаются расходы на их проведение, а также управленческие расходы в целом. Таким образом можно сделать следующий вывод: основное преимущество крупных торговых сетей заключается в том, что они могут в разы увеличивать товарооборот и значительно снижать издержки обращения в образующих их торговых организациях.

Проведенный анализ свидетельствует о том, что в основном в Беларуси существуют два подхода к организации управления розничной торговой сетью:

- *Централизация.* Данный подход применяется торговыми сетями «Евроопт», «Алми», «Закрама», «Гиппо», предполагает принятие любого решения через центр. Прерогативой центра является решение ценовых, закупочных, бухгалтерских и других подобных вопросов.

В качестве главного преимущества централизованных торговых сетей можно выделить экономии на издержках (в частности, на управленческом аппарате, сконцентрированном в центре).

- *Относительная децентрализация.* Указанный подход используется ООО «Табак-Инвест», торговыми сетями «Родная сторона», «Штопор» и т. д. Относительная децентрализация подразумевает предоставление магазинам, входящим в торговую сеть, самостоятельности в вопросах оперативного управления, центр же сосредотачивает свое внимание исключительно на стратегических вопросах (управление финансовыми потоками, закупками, логистикой и т. д.).

Если ООО «Евроторг» осуществит намеченные на будущее планы и сможет, помимо прочего, добиться преференциальных условий торговли, имеющихся на данный момент у системы потребительской кооперации (торговля алкогольными напитками в автолавках, определенные льготы по нормативной торговой площади стационарных объектов на селе и т. д.), то это в еще большей степени ухудшит состояние торговли потребительской кооперации и, как следствие, всей системы организаций Белкоопсоюза в целом. Увеличится отток покупателей, которые уже на сегодняшний день ездят или ходят за покупками в торговую сеть «Евроопт» за несколько километров.

Вместе с тем, появление ООО «Евроторг» следует воспринимать как элемент конструктивной конкуренции, который позволит выйти торговым организациям системы потребительской кооперации на более новый, качественный уровень в обслуживании городского и сельского населения; обеспечить либеральную ценовую политику. В качестве главных барьеров успешного использования вышеобозначенного элемента конкуренции можно выделить «неповоротливость» торговли потребительской кооперации и отсутствие реальных рыночных механизмов и отношений в процессе формирования ассортиментного перечня реализуемых товаров, проведения закупок, формирования розничной цены.

Следует отметить, что к началу 2014 г. Белкоопсоюз по-прежнему продолжает сдавать позиции на внутреннем потребительском рынке. В розничном товарообороте торговых организаций республики его удельный вес в 2013 г. по сравнению с 2005 г. сократился с 15 до 11%. Вместо развития торговли и общественного питания идет закрытие магазинов на селе.

Социальная эффективность розничной торговли характеризуется высокой способностью решать задачи по организации потребления товаров, снижению совокупных затрат на потребление за счет изучения конъюнктуры рынка, ее способности оказывать влияние на товарное предложение через свои хозяйственные связи с производителями потребительских товаров, ее влияния на формирование спроса населения.

В то же время руководство организаций потребительской кооперации уделяет недостаточное внимание вопросам оказания помощи розничным магазинам, отработке технологий, подготовке кадров. Для устранения этих недостатков необходимо организовать повышение квалификации кадров руководителей и специалистов розничных магазинов. Также необходимо проанализировать кадровый состав специалистов, обеспечить занятие ответственных должностей действительно квалифицированными специалистами.

Н. П. Драгун (dragunNP@gmail.com),
канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой экономики

И. В. Ивановская (ivanovskayaiv@gmail.com),
канд. экон. наук, доцент кафедры экономики

*Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого
г. Гомель, Республика Беларусь*

ИНТЕГРАЦИЯ И КООРДИНАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ НА РЫНКЕ: ВСЕГДА ЛИ НУЖНЫ ХОЛДИНГИ?

Рассмотрены формы и виды интеграции деятельности предприятий, условия их применения, достоинства и недостатки.

In this paper are discussed the forms and kinds of integration of activities of enterprises and the conditions of their application, their advantages and disadvantages.

Повышение эффективности функционирования отечественных предприятий на рынке на основе минимизации транзакционных издержек взаимодействия, комбинирования конкурентных преимуществ и объединения ресурсов, использования трансфертных цен, товарного кредитования требует углубления интеграции и координации их деятельности. В то же время проведенный нами анализ результатов интеграции деятельности отечественных предприятий в машиностроении и, особенно, агропромышленном комплексе (АПК) в форме создания холдинговых структур позволил установить, что, во-первых, имеют место стабилизация уровня интеграции в машиностроении и АПК, а также снижение эффективности названных процессов как фактора роста результативности функционирования предприятий, во-вторых, использование

для координации деятельности предприятий, входящих в холдинговые компании, только таких механизмов, как распределение сырьевых зон, определение состава руководства дочерних предприятий, реализация централизованно утверждаемых планов и долгосрочных инвестиционных программ, в настоящее время недостаточно для дальнейшего повышения уровня интеграции в промышленность. Не в последнюю очередь это связано с тем, что пути решения целого ряда основных задач в области интеграции деятельности предприятий (например, сформулированных В. Гусаковым [1]) до сих пор не получили необходимого научного обоснования.

Проведенный нами анализ результатов научных исследований в области интеграции в АПК (как отрасли, наиболее прогрессивной в данном направлении в Республике Беларусь) позволил установить, что в большинстве имеющихся публикаций рассматриваются предпосылки и преимущества создания кооперативно-интеграционных объединений: оптимизация бухгалтерских и трансакционных издержек, повышение устойчивости организаций в условиях кризиса, использование эффекта синергии и эффекта финансового рычага, оптимизация налогооблагаемой базы, перераспределение ресурсов и др. (например, работы В. Гусакова и М. Мясниковича [1; 2; 3, с. 4], В. Жудро [4, с. 39], М. Запольского [5]); анализируются проблемы создания кооперативно-интеграционных объединений в Беларуси, т. е. проблемы выбора оптимального уровня интеграции (местного, республиканского, международного), обеспечения свободы хозяйственной деятельности и государственного управления, отношений собственности и др. (например, работы В. Гусакова и М. Мясниковича [1; 2; 3, с. 4]); изучаются правовые аспекты и проблемы создания кооперативно-интеграционных объединений (например, работы Н. Бычкова [6, с. 15], М. Запольского [5, с. 18; 7, с. 16]); раскрываются формы интеграционных объединений (холдинги, финансово-промышленные группы, кооперативы), проблемы их функционирования в Беларуси (прежде всего, холдингов и финансово-промышленных групп) (например, работы В. Гусакова [8], Н. Бычкова [6], М. Запольского [5, с. 18; 7, с. 16]).

Признавая важность полученных названными авторами результатов, необходимо отметить, что основным их недостатком является рассмотрение возможности интеграции только посредством интеграции капитала и контроля собственности (так называемая жесткая интеграция). В то же время данная форма интеграции не только имеет множество недостатков, но и не является единственной.

В этой связи нами сделан вывод, что дальнейший эффективный рост уровня интеграции в национальной экономике Беларуси возможен только при условии комплексного использования различных ее форм (жесткая и мягкая интеграция, согласованные действия) и видов (горизонтальная и вертикальная интеграция).

При жесткой интеграции на основе технологического объединения и интеграции капитала через слияния и поглощения организаций предприятия формально зависят (на основе контроля собственности) друг от друга. Условия предпочтительности использования данной формы интеграции следующие: институциональная неразвитость рынков; низкая дисциплина договорных отношений и неэффективность механизмов принуждения к исполнению контрактов (судебной системы); неэффективность функционирования ценового механизма (цены на рынке не носят равновесного характера в силу их директивного установления и монополизации); неэффективность финансового рынка (высокие реальные процентные ставки, ограничения на доступ к капиталу – величина инвестиций выше и внутренняя кредитная процентная ставка ниже, чем на рынке капитала). Преимущества данной формы интеграции подробно описаны в работах [1]–[8] и др. Однако очень редко отмечается, что она имеет следующие недостатки:

- вертикальная интеграция: высокие расходы на совершение сделок по слиянию и поглощению для материнской организации; снижение эффективности организаций-участников вследствие ослабления конкуренции, снижения уровня специализации и разделения труда; рост расходов на управление и его усложнение; высокие постоянные издержки, связанные с низкой мобильностью производственных мощностей; рост монополизации рынка и барьеров доступа на него для независимых организаций; стремление к долгосрочным инвестициям, что снижает мобильность инвестиционных ресурсов и удлиняет сроки окупаемости; высокая уязвимость перед снижением спроса на конечную продукцию вертикальной цепочки; неравномерность технического и технологического прогресса для разных этапов вертикальной цепи, что приводит к сдерживанию инновационной активности организаций, входящих в вертикальную структуру, непропорциональности их производственных возможностей; директивное распределение ресурсов может быть менее эффективно, чем посредством рыночного механизма; трансфертные цены искажают показатели эффективности организаций;

- горизонтальная интеграция: высокие расходы на совершение сделок по слиянию и поглощению для интегрирующей организации; снижение эффективности и рост издержек организаций-участников вследствие ослабления конкуренции; рост расходов на управление и его усложнение; высокие постоянные издержки, связанные с низкой мобильностью производственных мощностей; рост монополизации рынка и барьеров доступа на него для независимых организаций; высокая зависимость от колебаний конъюнктуры рынка и низкий уровень адаптивности; директивное распределение ресурсов может быть менее эффективно, чем посредством рыночного механизма.

При *мягкой интеграции на основе заключения контрактов* (давальческих; устанавливающих франчайзинговые отношения; устанавливающих вертикальные ограничения – уровень цен реализации, территориальные ограничения реализации товара, ограничения круга поставщиков для покупателя, взаимосвязанные продажи товаров и другие) организации формально не зависят друг от друга, степень их зависимости определяется формальными договорными обязательствами. Различают следующие условия предпочтительности использования данной формы интеграции: институциональная развитость рынков (например, зарубежных); хорошая дисциплина договорных отношений; высокая эффективность механизмов принуждения к исполнению контрактов (судебной системы); высокая эффективность функционирования ценового механизма (цены на рынке носят равновесный характер, практическое отсутствие их государственного регулирования, низкий уровень монополизации), высокая эффективность финансового рынка (низкие реальные процентные ставки, отсутствие ограничений на доступ к капиталу). Данная форма интеграции имеет следующие преимущества:

- вертикальная интеграция: отсутствие расходов на осуществление сделок по слиянию и поглощению; повышение эффективности работы независимых от производителя торговых организаций-продавцов его продукции путем закрепления в контракте размера расходов торговой организации на рекламу, условий продажи продукции, квалификации персонала торговой организации, перечня реализуемых номенклатурных позиций товара, границ рынка сбыта и другого; увеличение закупок продукции у производителя и ее реализации на рынке; рост уровня прибыльности деятельности за счет снижения уровня конкуренции между торговыми организациями, производителями продукции, поставщиками сырья путем ограничений расходов на рекламу, установления минимальных (максимальных) цен поставки (реализации); активизация инвестиций в специфические активы на основе заключения долгосрочных контрактов между поставщиком и покупателем; повышение эффективности функционирования организаций за счет участия в конкуренции с независимыми поставщиками; сохранение высокого уровня специализации и разделения труда; отсутствие ситуации «двойной маргинализации»; возможность использования ценовой дискриминации контрагентов, не являющихся сторонами контрактов;

- горизонтальная интеграция: отсутствие расходов на осуществление сделок по слиянию и поглощению; рост прибыльности деятельности за счет согласования или координации отпускных цен, раздела рынка, ограничения объемов производства; объединение ресурсов для реализации инвестиционных и инновационных проектов; защита от входа на рынок новых конкурентов (например, иностранных).

Недостатки рассматриваемой формы интеграции следующие:

- вертикальная интеграция: неэффективна в условиях институциональной неразвитости рынков, низкой дисциплины договорных отношений, неэффективности функционирования ценового механизма, неэффективности финансового рынка; противоречие ряда вертикальных ограничений антимонопольному законодательству; рост расходов на мониторинг выполнения условий контрактов и, при необходимости, защиту интересов в суде; высокие транзакционные издержки заключения и реализации контрактов; невозможность использования внутреннего ценообразования и оптимизации таким образом налоговой нагрузки;

- горизонтальная интеграция: явный сговор на национальном рынке противоречит антимонопольному законодательству; ограничение конкуренции на рынке; высокие транзакционные издержки заключения соглашений; высокие затраты на координацию деятельности участников (мониторинг рынка, создание ассоциаций и других структур и т. д.).

При *согласованных действиях на основе добровольного и взаимовыгодного согласования стратегий поведения на рынках без заключения формальных соглашений* (в том числе ценовой и неценовой сговор) степень зависимости выбирается организациями добровольно. Условия предпочтительности использования данной формы интеграции следующие: наличие условий возникновения и существования согласованных действий (неоднократность взаимодействия на рынке, функционирование механизма наказания за нарушение сговора и другое); благоприятные для максимизации прибыли участников посредством согласованных действий значения

структурных факторов рынка, характеристики участников сговора и макроэкономические условия [9]. Данная форма интеграции имеет следующие преимущества:

- она не является формой вертикальной интеграции;
- горизонтальная интеграция: отсутствие расходов на осуществление сделок по слиянию и поглощению; отсутствие транзакционных издержек заключения и выполнения контрактов; низкие расходы на мониторинг действий конкурентов; рост прибыльности деятельности за счет согласования или координации отпускных цен и объемов производства.

Различают следующие недостатки рассматриваемой формы интеграции: согласованные действия на национальном рынке противоречат антимонопольному законодательству; возможность поддержания неявного сговора зависит от множества экономических переменных; ограничение конкуренции на рынке.

Таким образом, создание структур холдингового типа не является единственной альтернативой интеграции деятельности предприятий. Ее действенная стратегия должна определяться с учетом специфики рынков сбыта, территориального размещения предприятий, экономических условий их функционирования и целей интеграции.

Список литературы

1. **Гусаков, В.** Условия и факторы эффективности кооперативно-интеграционных объединений / В. Гусаков // Аграр. экономика. – 2011. – № 3. – С. 2–6.
2. **Гусаков, В.** Какими быть в Беларуси кооперативно-интеграционным объединениям в АПК / В. Гусаков // Аграр. экономика. – 2009. – № 10. – С. 2–9.
3. **Мясникович, М.** К вопросу о концепции Государственной программы развития АПК на 2011–2015 гг. / М. Мясникович, В. Гусаков // Аграр. экономика. – 2010. – № 2. – С. 2–7.
4. **Жудро, В.** Формирование эффективных кластерных моделей гармоничного развития агробизнеса и сельских территорий / В. Жудро // Аграр. экономика. – 2011. – № 2. – С. 37–43.
5. **Запольский, М.** Проблемы создания эффективных агрохолдингов в отечественном АПК: организационно-правовой аспект / М. Запольский // Аграр. экономика. – 2010. – № 8. – С. 18–25.
6. **Бычков, Н.** Теоретико-методологические основы интеграции предприятий как имущественных комплексов / Н. Бычков // Аграр. экономика. – 2011. – № 3. – С. 14–19.
7. **Запольский, М.** Проблемы создания эффективных агрохолдингов в отечественном АПК: экономический аспект / М. Запольский // Аграр. экономика. – 2010. – № 5. – С. 16–21.
8. **Гусаков, В.** Какими видятся структура и содержание концепции Государственной программы развития АПК на 2011–2015 гг. / В. Гусаков // Аграр. экономика. – 2010. – № 3. – С. 27–31.
9. **Ивановская, И. В.** Экономические и институциональные условия сговора производителей о ценах / И. В. Ивановская, Н. П. Драгун // О-во и экономика. – 2012. – № 7–8. – С. 114–127.

Н. В. Лацкевич (latsk@rambler.ru),
канд. экон. наук, доцент,
зав. кафедрой сферы услуг и статистики

А. З. Коробкин (kafedra126@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой
экономических и правовых дисциплин
Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

С. М. Анохов,
первый заместитель начальника
Главное статистическое управление
Гомельской области
г. Гомель, Республика Беларусь

О РАСЧЕТЕ ОБЩЕГО ОБЪЕМА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА И ИНДЕКСОВ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

В статье описана методика расчета объема промышленного производства и индексов промышленного производства по республике, регионам, видам экономической деятельности и отдельным органам государственного управления, используемая Национальным статистическим комитетом Республики Беларусь.

In this article we described a method of calculation of industrial production and indices of industrial production all over our Republic, regions, and kinds of economic activity and different bodies of government. This method is used by National statistical committee of the Republic of Belarus.

Социально-экономические преобразования, происходящие в стране, обуславливают дальнейшее развитие статистической науки и практики. Актуальной задачей белорусской государственной статистики является предоставление общественности адекватной и достоверной информации о развитии промышленного производства в стране, потому что промышленность Республики Беларусь создает до 50% валового внутреннего продукта государства. Цель статьи – описание и оценка методики расчета объема промышленного производства и индексов промышленного производства по республике, регионам, видам экономической деятельности и отдельным органам государственного управления, используемой Национальным статистическим комитетом Республики Беларусь.

Расчет общего объема промышленного производства и индексов промышленного производства осуществляется Национальным статистическим комитетом Республики Беларусь по республике, регионам, видам экономической деятельности и отдельным органам государственного управления ежемесячно (предварительные данные) и ежегодно (окончательные данные) в соответствии с международными рекомендациями по статистике промышленности (разработанными статистическим отделом ООН) в целях определения основных методологических подходов к расчету органами государственной статистики общего объема промышленного производства и индексов промышленного производства по совокупности первичных статистических данных всех юридических лиц, обособленных подразделений юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и домашних хозяйств, осуществляющих виды экономической деятельности, классифицируемые по Общегосударственному классификатору Республики Беларусь ОКРБ 005-2006 «Виды экономической деятельности» (ОКЭД).

Индекс промышленного производства является макроэкономическим показателем и рассчитывается согласно национальной методике на уровне республики, областей, г. Минска, республиканских органов государственного управления, иных государственных организаций, подчиненных Правительству Республики Беларусь. На уровне отдельных предприятий данный показатель не рассчитывается.

Годовой расчет (окончательные данные) общего объема промышленного производства по укрупненным группировкам ОКЭД и в целом по промышленному производству производится путем поэтапного суммирования общих объемов производства по соответствующим видам экономической деятельности ОКЭД.

Расчет индексов промышленного производства осуществляется на основании первичных статистических данных о динамике объемов производства товаров-представителей (в натуральном и (или) стоимостном выражении), определенных для каждого вида экономической деятельности ОКЭД согласно номенклатуре товаров-представителей, используемой при расчете индекса промышленного производства по Республике Беларусь, административно-территориальным единицам, республиканским органам государственного управления и иным государственным организациям, подчиненным Правительству Республики Беларусь, и ежегодно утверждаемой Национальным статистическим комитетом Республики Беларусь.

Номенклатура содержит порядка 800 номенклатурных позиций и охватывает 90% общего объема промышленного производства.

Оценки общего объема промышленного производства, индексов промышленного производства и объема производства продукции в натуральном выражении осуществляются ежемесячно, а также два раза в году, который следует за отчетным.

Основным требованием, предъявляемым к качеству рассчитанного индекса, является фиксированная база расчета. По международным стандартам смена базисного года и пересмотр набора товаров-представителей осуществляются не реже чем раз в пять лет. Национальный статистический комитет Республики Беларусь ежегодно меняет базисный год и пересматривает номенклатуру товаров-представителей, чтобы оперативно реагировать на структурные изменения и включать в расчет новые виды продукции.

Для обеспечения максимально возможного охвата товарами-представителями объемов промышленного производства Национальный статистический комитет Республики Беларусь учел по возможности все релевантные предложения государственных органов и территориальных органов государственной статистики по формированию номенклатуры промышленной продукции и номенклатуры товаров-представителей. По международным стандартам, достаточным для качественного расчета индекса промышленного производства является набор товаров-представителей, охватывающий 75–80% объема промышленного производства, оптимальным – охва-

тывающий 85% объема промышленного производства. В республике охват составляет около 95%, в областях и г. Минске – от 91 до 96%, что превышает международные стандарты.

Недостаток методологии – ее ориентация на международную практику и неадаптированность к белорусским условиям. В отличие от привычного расчета в сопоставимых ценах методология ориентирована на исчисление объемов производства по видам экономической деятельности, а не по отдельным предприятиям. В результате удельный вес учитываемой продукции по предприятиям дифференцируется, и сравнение их деятельности по методологии может быть некорректным. Это ведет к подрыву основ современной белорусской системы государственного регулирования, базирующейся на доведении до предприятий «прогнозных» показателей с последующей оценкой их исполнения.

Применение в Республике Беларусь указанной методологии связано с рядом трудностей.

Во-первых, не учитывается ориентация белорусского экономического механизма на наращивание объемов производства и валового внутреннего продукта в первую очередь за счет стоимостного фактора. Эта методология элиминирует влияние ценового фактора, в результате чего значения показателей роста объемов производства занижаются.

Во-вторых, методология «неправильно» себя проявила в 2012 г., когда организации промышленности под влиянием высоких инфляционных ожиданий существенно повышали цену на производимые товары при недостаточном внимании к наращиванию физических объемов производства. Аналогичные тенденции наблюдались и в январе 2013 г., несмотря на постепенное исчерпание резервов цен за счет инфляции издержек.

В-третьих, имеет значение сложность доведения отдельным предприятиям объемных показателей на основе применения методологии, что тоже ограничивает применение этой методологии в Беларуси.

В связи с этим для решения возникающих проблем возможны два подхода. Один из них – реформирование. Поскольку в белорусскую экономику системно и целенаправленно внедряются принятые в международной практике инструменты, они приходят в противоречие со сложившейся системой управления. Поэтому целесообразно принять меры по модернизации всей системы государственного регулирования на основе использования современных управленческих технологий.

Другой вариант – консервативный. При сохранении нынешней практики государственного регулирования методология не в полной мере будет удовлетворять требованиям применяемой системы управления, и наряду с ней возникнет необходимость использования методики сопоставления цен.

Индекс промышленного производства является макроэкономическим показателем. На уровне отдельных предприятий данный показатель не рассчитывается.

Применяемая в Республике Беларусь методология его расчета полностью соответствует мировой практике и обеспечивает международное сопоставление данных.

Р. С. Лобан (rloban@bk.ru),
магистрант

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ СОЗДАНИЯ МОТИВАЦИОННЫХ СТИМУЛОВ ПЕРСОНАЛА

Рассматриваются вопросы обеспечения экономической безопасности функционирования организации на основе создания мотивационных стимулов персонала.

Given clause is devoted to a problem, covering questions of maintenance of economic safety of functioning of the organization on the basis of creation of motivational stimulus of the personnel.

В условиях сложившейся в республике ситуации проблема обеспечения экономической безопасности субъектов хозяйствования приобретает особую актуальность и значимость. Трансформационные процессы, происходящие в Беларуси, уникальны и мировых аналогов не имеют. Являясь в свое время частью сверхдержавы, имевшей соответствующие цели, задачи и интересы, на сегодняшний день Республика Беларусь относится к малым странам с достаточно высоким

уровнем открытости экономики и абсолютной зависимостью от внешних источников материально-сырьевых ресурсов. Отсутствие целостной концепции экономической безопасности страны и сколько-нибудь значительных исследований в этой области во многом способствует усилению кризисных проявлений. Примером могут служить конституции всех без исключения государств, которые подчеркивают первостепенную значимость вопросов экономики.

В зарубежных странах большая часть центральных банков обладает независимым конституционно-правовым статусом. Они не входят в структуру органов государственной власти, вмешательство в их деятельность недопустимо. Они наделены правом самостоятельно определять политику в денежно-кредитной сфере и принимать решения без консультаций с какими-либо иными государственными органами. Такой статус центральных банков позволяет обеспечивать устойчивость национальных валют и стабильность цен, что, в свою очередь, придает мощный импульс общему экономическому развитию.

При обобщении конституционного опыта зарубежных стран в регулировании вопросов экономической безопасности становится очевидной потребность совершенствования отечественного конституционного законодательства в исследуемой области.

В Конституцию Республики Беларусь следует включить отдельную статью, посвященную экономической безопасности, в которой будут отражены важность и основные направления ее обеспечения. Более того, в концептуальном аспекте имеются веские основания выделения в системе конституционного права обособленного института обеспечения экономической безопасности.

В настоящее время становится очевидным, что и национальная безопасность Республики Беларусь все в большей мере оказывается в зависимости от состояния экономики страны. Это предопределяет необходимость вычленения в качестве отдельного понятия экономической безопасности. Обеспечение ее, несомненно, необходимо отнести к числу национальных приоритетов, которые позволят начать восстановление экономики, переход к цивилизованным рыночным отношениям, органическое вхождение в мирохозяйственные связи и, вместе с тем, гарантировать защиту национальных интересов на внутренних и внешних рынках.

Рассматривая вопросы обеспечения экономической безопасности функционирования организации, следует отметить, что мотивация является ключом к поведению человека. Как известно из многолетнего опыта, незаметный для неопытного глаза процесс потери интереса работника к труду, его пассивность ощутимо сказывается на результатах. Руководитель вдруг обнаруживает, что ему приходится вникать во все детали любого дела, выполняемого подчиненными, которые, в свою очередь, не проявляют ни малейшей инициативы. Эффективность организации падает.

Чтобы не допустить потерю потенциальных прибылей, менеджер должен добиться максимальной отдачи от своих подчиненных. Для эффективного управления таким дорогим ресурсом, как люди, менеджеру необходимо выделить определенные параметры работы, поручаемой подчиненным, изменяя которые, он может воздействовать на психологическое состояние исполнителей, тем самым мотивируя их или наоборот. Вряд ли надо кого-либо убеждать, что мотивация является основополагающим фактором побуждения работников к высокопроизводительному труду. В свою очередь, функционирование систем мотивации, их разработка преимущественно зависят от работников аппарата управления, их квалификации, деловых качеств и других качественных характеристик.

На сегодняшний день добиться успеха, игнорируя проблему мотивации персонала, нельзя. Осуществление программ стимулирования труда всегда требует больших затрат, но эффект, который они могут принести, значительно больше. Для того чтобы заставить этот ресурс работать с максимальной отдачей, необходимо убедить персонал, что ему это необходимо. Ведь именно сотрудники являются главным ресурсом любой организации. Эффективность их работы определяет результат деятельности организации. Достичь наибольшей отдачи можно только в том случае, если выгоду от труда работника имеют и организация, и он сам. Поэтому для достижения наилучших результатов работы организации необходимо найти те мотивы, которые движут каждым сотрудником в его трудовой деятельности, и создать ему такие условия, чтобы он мог и хотел выполнить поставленные перед ним задачи.

Безусловно, мотивационному механизму оплаты труда отводится большая роль, но постоянное повышение уровня оплаты труда не способствует как поддержанию трудовой активности на должном уровне, так и росту производительности труда. Применение этого метода может быть полезным для достижения кратковременных подъемов производительности труда. В конечном итоге происходит определенное наложение или привыкание к этому виду воздействия. Одностороннее воздействие на работников лишь денежными методами не может привести к долговечному подъему производительности труда, поэтому, разрабатывая систему стимулиро-

вания мотивации труда в обеспечении экономической безопасности организации, следует помнить о всех факторах экономического роста.

Потребности постоянно меняются, поэтому нельзя рассчитывать, что мотивация, которая сработала один раз, окажется эффективной и в дальнейшем. С развитием личности расширяются и возможности, потребности в самовыражении. Таким образом, процесс мотивации путем удовлетворения потребностей бесконечен.

В процессе совершенствования системы мотивации особое внимание также следует уделять нематериальному стимулированию, создавая гибкую систему льгот для работников, в том числе признавать ценность работника для общества. Каждый работник желает доказать свою значимость. Кроме того, он должен принимать участие в решении тех вопросов, в которых он разбирается, компетентен.

Необходимо отметить, что систему мотивации труда ОАО «Гомельский мясокомбинат» использует эффективно. Предприятие применяет нематериальные методы мотивации в виде почетных грамот, дипломов и доски почета. Также при возможности выдает премии, награды и вознаграждения.

Практически каждый имеет собственную точку зрения на то, как улучшить свою работу. Опираясь на заинтересованную поддержку руководства, не боясь санкций, следует организовать работу так, чтобы у работника не пропало желание реализовать свои планы.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать следующие выводы: необходимо развивать личную заинтересованность каждого работника в результатах финансово-экономической деятельности предприятия в целом, т. е. работники должны принимать участие в решении о распределении прибыли, естественно, новый механизм не должен противоречить уставу; для эффективной работы полезно совместное сотрудничество подчиненных с руководителями (должна воспитываться ответственность работников и руководителей за принимаемые ими решения, а также чувство участия работников в принятии решения любого уровня); на должном уровне нужно обеспечить безопасность труда и охрану здоровья работников, т. е. следует принять меры по организации досуга работников, заботиться о незащищенных слоях населения и работниках, нуждающихся в помощи; необходимо создать и улучшить условия труда, достичь эффективного использования рабочего времени каждого сотрудника, для чего следует вводить гибкие графики (гибкость приведет к ответственности за рабочее время и росту эффективности труда); важно достичь максимально допустимой информированности работника о делах предприятия, что удовлетворит потребность причастности и позволит работнику соотносить свою деятельность с текущими интересами организации. Для этого нужно разработать и внедрить систему корпоративного информирования работников (отчеты о работе, собрания, совещания и т. д.).

В сложившихся условиях, когда проработанная система мотивации отсутствует, а имеющаяся сформировалась давно, высока вероятность того, что внедрение единого стандарта и новой корпоративной политики, построенной на принципах рыночной экономики и современных знаниях о концепциях управления персоналом, даст положительный результат.

А. Г. Мельник (a-melnik@tut.by),
ст. преподаватель кафедры
бухгалтерского учета, анализа и аудита

Могилевский государственный
университет продовольствия
г. Могилев, Республика Беларусь

ПРОБЛЕМЫ ЛИКВИДАЦИИ ЗАДОЛЖЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

В статье изучено состояние расчетов в сельскохозяйственных организациях Республики Беларусь. На основании анализа статистических данных и изучения специальной литературы разработан регламент управления задолженностью сельскохозяйственной организации.

The paper studied the status of settlements in the agricultural organizations of Belarus. Based on the analysis of statistical data and scientific literature developed debt management regulations agriculture organization.

Кредиторская задолженность является разновидностью коммерческого кредита, и постоянное наличие кредиторской задолженности в определенных размерах положительно сказывается на финансовом положении предприятия.

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, на 1 декабря 2013 г. кредиторская задолженность в экономике Беларуси составила 235,1 трлн р. и увеличилась с начала года на 52,4 трлн р. (25,3%), в том числе за ноябрь – на 6,3 трлн р.

По итогам ноября промышленность обошла сельское хозяйство по приросту кредиторской задолженности в 2013 г. Общий прирост кредиторской задолженности по итогам за 11 месяцев 2013 г. в промышленности составил 17 535,0 млрд р., в сельском хозяйстве – 13 530,8 млрд р.

Следует отметить, что в ноябре (впервые за 2013 г.) произошло сокращение кредиторской задолженности у сельскохозяйственных предприятий. Снижение составило 92,6 млрд р.

Производство в хозяйствах Беларуси сельскохозяйственной продукции всех без исключения категорий в 2013 г. составило 105,3 трлн р., что на 4% ниже в сопоставимых ценах уровня 2012 г. [1].

В последние годы государство оказывает всевозможную помощь сельскохозяйственным организациям в уменьшении долгового бремени: предоставление рассрочки погашения задолженности по ряду платежей в республиканский и местные бюджеты, за потребленные энергоресурсы, по платежам в Фонд социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь, а также отсрочки на 10 лет платежей по суммам экономических санкций, административных штрафов и пеней за нарушение сроков и порядка внесения платежей в Фонд социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь.

Тем не менее, на 1 декабря 2013 г. на долю белорусских сельскохозяйственных организаций приходилось 25,4% общей просроченной кредиторской задолженности, 46,5% от всей просроченной задолженности по сборам и налогам, соцстрахованию и обеспечению в Республике Беларусь, а также 32,2% всей просроченной задолженности по займам и кредитам [1].

Нормальными условиями деятельности предприятия являются незначительное превышение кредиторской задолженности над дебиторской (в пределах 15%) и их приблизительно одинаковые темпы роста.

В сельскохозяйственных организациях Республики Беларусь по состоянию на 1 декабря 2013 г. кредиторская задолженность в 6,05 раза превысила дебиторскую, а соотношение просроченных кредиторской и дебиторской задолженностей составило 6,1 раза. Темп роста кредиторской задолженности за 11 месяцев 2013 г. составил 152,2%, а темп роста дебиторской задолженности за аналогичный период – 118,9%. Перекос в соотношении дебиторской и кредиторской задолженностей, опережающие темпы роста кредиторской задолженности характеризуют обострение проблемы обеспеченности сельскохозяйственных организаций денежными средствами и их платежеспособности.

За январь – ноябрь 2013 г. суммарная задолженность предприятий аграрного сектора превысила выручку от реализации продукции, товаров, работ и услуг в 1,27 раза. Такое огромное долговое бремя не позволяет радикально оздоровить экономику отрасли по причине постоянного недостатка оборотных средств.

В сложившейся ситуации меры, предпринимаемые государством по обеспечению финансовой стабильности сельскохозяйственных организаций, являются крайне необходимыми. Однако ведущую роль в снижении сумм кредиторской задолженности следует отвести самим предприятиям. Каждая организация должна находить пути и способы, которые позволят сократить величину ее задолженностей. Чтобы не образовывалась необоснованная кредиторская задолженность, необходимо правильно управлять дебиторской задолженностью.

В сельскохозяйственных организациях Республики Беларусь дебиторская задолженность зачастую относится к наименее ликвидной части активов, и значительная ее часть может быть отнесена к безнадежной задолженности.

Наличие просроченной дебиторской задолженности, ее рост ведут к возникновению потребности в дополнительных источниках финансирования, ухудшая этим финансовое состояние предприятия. В данном случае предприятие испытывает дефицит платежных средств, одновременно увеличивается кредиторская задолженность.

Одним из путей сокращения кредиторской задолженности является ускорение инкассации дебиторской задолженности, для чего обычно принимают следующие меры:

- предоставление скидок покупателям за сокращение сроков погашения задолженности, чтобы побудить их оплатить счета до установленного срока оплаты;
- введение штрафных санкций за просрочку платежа;
- оформление сделки с покупателями коммерческим векселем с получением определенного процента за отсрочку платежа;
- отпуск товаров покупателям на условиях предоплаты;
- использование механизма факторинга и т. д.

При этом нужно сопоставить ставку предлагаемой скидки за досрочный платеж или надбавку процента за отсрочку платежа с ожидаемой отдачей средств в финансовой или инвестиционной деятельности предприятия [2, с. 425].

Решение задачи по снижению уровня дебиторской задолженности условно можно разделить на несколько последовательных этапов:

- профилактика возникновения просроченной дебиторской задолженности;
- организация процесса взыскания на ранних этапах возникновения дебиторской задолженности;
- организация процесса истребования задолженности в судебном порядке.

Необходимо строго распределить ответственность за каждую процедуру управления дебиторской задолженностью между ответственными лицами и утвердить в организации определенный регламент. В таблице, приведенной ниже, представлен унифицированный регламент управления дебиторской задолженностью. Он может служить базой для разработки регламента в конкретной организации с учетом ее структуры (наличия тех либо иных подразделений), штатного расписания, политики руководства, проводимой относительно сроков осуществления того либо иного этапа.

Регламент управления задолженностью сельскохозяйственной организации

Этап управления дебиторской задолженностью	Действия	Ответственное подразделение
Профилактика возникновения просроченной дебиторской задолженности	Построение аналитического учета, обеспечивающего получение данных о сроках погашения, образовании просрочек, наличии векселей и пр.	Бухгалтерия
	Текущий контроль оборачиваемости средств в расчетах	Экономическая служба
	Анализ уровней дебиторской и кредиторской задолженностей. Установление критического уровня задолженности. В случае, если он превышает, тщательная проверка всех расчетных документов в обязательном порядке. Выполнение контрольной выборки из оставшихся документов. Проверка их реальности. Сверка этих документов с контрагентами	Экономическая служба
	Телефонные переговоры с напоминанием об окончании периода отсрочки, при необходимости – сверка сумм (за 2–3 дня до наступления срока платежа)	Отдел сбыта
Организация процесса взыскания на ранних этапах возникновения дебиторской задолженности	Проведение телефонных переговоров с ответственным лицом контрагента о порядке и сроках погашения задолженности. Формирование графика платежей (при просрочке платежа до 7 дней)	Отдел сбыта
	Приостановка поставок до оплаты (при просрочке платежа до 7 дней)	Руководитель организации
	Направление напоминания о необходимости оплаты заказным письмом (при просрочке платежа до 7 дней)	Юрист
	Ежедневные телефонные переговоры с дебитором с целью напоминания о необходимости оплаты (при просрочке 7–30 дней)	Отдел сбыта
	Командировка ответственного лица к должнику, принятие иных возможных мер по досудебному урегулированию (при просрочке 30–60 дней)	Отдел сбыта
	Выставление претензии (отправка заказным письмом)	Юрист
Организация процесса истребования задолженности в судебном порядке	Подготовка и подача иска в суд (просрочка более 60 дней)	Юрист

В процессе внедрения регламента очень важно фиксировать все действия сотрудников организации, направленные на взыскание задолженности, и результаты этих действий. Это поможет в дальнейшем произвести анализ эффективности использования каждого инструмента, а также организовать контроль исполнения сотрудниками своих обязанностей по взысканию задолженности. Вообще, правильно организованная система учета и контроля уровня дебиторской задолженности, а также система учета проведенных мероприятий, направленных на взыскание задолженности, наполовину обеспечивают успех решения задачи по снижению уровня просроченной дебиторской задолженности.

Список литературы

1. **Социально-экономическое** положение Республики Беларусь в 2013 году // Нац. стат. ком. Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/main1.php>. – Дата доступа : 05.01.2014.
2. **Савицкая, Г. В.** Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК : учеб. пособие / Г. В. Савицкая. – 7-е изд., испр. – Минск : Новое знание, 2007. – 680 с.

Л. В. Мисникова (lmissn@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент, первый проректор

Е. В. Степаненко (stepanenkov92@mail.ru),
студентка

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

ТОВАРНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАК ФАКТОР УСПЕШНОГО РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА

В статье рассматриваются основные аспекты товарного обеспечения, подчеркивается его важность в успешном функционировании отдельно взятой организации Белорусского республиканского союза потребительских обществ. Отражена взаимосвязь основных категорий – товарных запасов, товарного поступления и товарного обеспечения, выявлено их влияние на конечные результаты деятельности – розничный товарооборот торговой организации.

The article consider the main aspects of goods provision, its importance in the successful functioning of the organization of the system of Belarussian Consumer Cooperatives. The relationship between the main categories are reflected: goods stocks, goods input, goods provision, revealed their influence on the final results of the activity – retail trade turnover

В условиях становления и развития рыночных отношений в экономике Республики Беларусь коренным образом меняются принципы и методы формирования товарных ресурсов. Обострение конкуренции, усложнение условий хозяйственной деятельности, снижение предсказуемости результатов, серьезность последствий неверно принятых решений обуславливают предъявление повышенных требований к управлению товарными ресурсами.

Главный фактор успешного развития товарооборота – обеспеченность и рациональность использования товарных ресурсов. Также розничный товарооборот зависит от поступления товаров и состояния товарных запасов, а также организации товарного обеспечения розничного товарооборота торговой организации.

Товарное обеспечение торговой организации – процесс обеспечения поступления товаров с целью создания товарных ресурсов, предназначенных для последующей продажи конечному потребителю или профессионального использования [1, с. 320].

Товарные ресурсы – продукция, производимая внутри страны и завозимая по импорту, предназначенная для продажи населению, снабжения социальных учреждений и специального контингента потребителей, переработки и хозяйственных нужд, а также создания товарных запасов [2].

Данные категории тесно взаимосвязаны, и ни одна из них не может существовать и функционировать без другой. Так, например невозможно создание товарных запасов без поступления, а соответственно, товарного обеспечения. В то же время образование товарных запасов невозможно без товарных ресурсов, т. е. товаров, произведенных, заготовленных или завезенных по импорту и предназначенных для реализации конечному потребителю.

На примере торговой организации – одного из потребительских обществ Белкоопсоюза – проанализируем взаимозависимость этих категорий и их влияние на объемные результаты деятельности организации, т. е. розничный товарооборот.

Согласно данным статистической и бухгалтерской отчетности, за период с 2010 по 2012 г. организация работала прибыльно, увеличивались производительность труда, фондоотдача, розничный товарооборот.

Рассмотрим влияние поступления и запасов товаров по видам товаров за 2012 г. на розничный товарооборот на основании данных таблицы 1.

Таблица 1 – Информация об объемах и видовой структуре поступления и реализации товаров в торговой организации за 2012 г.

Товары по видам	Запасы товаров на начало периода		Реализация		Запасы товаров на конец периода		Поступление		Удельный вес реализации в поступлении, %
	Сумма, млн р.	Удельный вес, %	Сумма, млн р.	Удельный вес, %	Сумма, млн р.	Удельный вес, %	Сумма, млн р.	Удельный вес, %	
Пищевые продукты, напитки и табачные изделия	4 560	46,9	144 003	81,8	11 979	45,6	151 422	78,6	95,1
Непродовольственные товары	5 159	53,1	32 025	18,2	14 307	54,4	41 173	21,4	77,8
Итого	9 719	100,0	176 028	100,0	26 286	100,0	192 595	100,0	91,4

Примечание – Источник: собственная разработка на основании данных организации.

По группе товаров «пищевые продукты, напитки и табачные изделия» удельный вес реализации в поступлении составляет 95,1%, а по непродовольственным товарам данный показатель ниже на 17,3%. Это связано с тем, что пищевые продукты – это чаще всего скоропортящиеся товары, а также товары с высокой оборачиваемостью (молоко, хлеб и хлебобулочные изделия, сахар), что не позволяет накапливать их большие запасы. Это связано с высокой естественной убылью таких товаров, что нельзя сказать о группе непродовольственных товаров. Здесь накопление не приведет к негативным последствиям такого же масштаба, как в случае с пищевыми продуктами. Однако следует заметить, что отвлечение средств и вложение их в товарные запасы не способствует достижению максимальных результатов в финансово-хозяйственной деятельности организации.

Для рассмотрения и анализа влияния изменения структуры розничного товарооборота на оборачиваемость товарных запасов составим таблицу 2 и проанализируем ее.

Таблица 2 – Влияние изменения структуры розничного товарооборота на оборачиваемость товарных запасов

Товарная группа	Розничный товароборот, млн р.				Отклонение удельного веса 2012 г. от 2011 г. (+; –)	Товарооборачиваемость 2011 г., дней	Влияние (+; –)
	2011 г.		2012 г.				
	Сумма, млн р.	Удельный вес, %	Сумма, млн р.	Удельный вес, %			
Продовольственные товары	87 669	79,7	144 003	81,8	2,1	27	54
Непродовольственные товары	22 304	20,3	32 025	18,2	–2,1	122	–226
Итого	109 973	100	176 028	100		42	–2

Примечание – Источник: собственная разработка на основании данных организации.

Исходя из анализа влияния структуры розничного товарооборота на товарооборачиваемость за 2011–2012 гг. можно отметить, что увеличение доли продовольственных товаров в структуре розничного товарооборота на 2,1% способствовало ускорению товарооборачиваемости на 2 дня.

Таким образом, важность анализа указанных показателей очень велика, т. е. от грамотной организации товарного обеспечения, накопления товарных запасов и мероприятий по поступлению товаров будут зависеть конечные объемные результаты деятельности торговой организации.

Список литературы

1. **Большой** экономический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. – 4-е изд., доп. и перераб. – М. : Ин-т новой экономики, 1999.
2. **Валевич, Р. П.** Экономика организации торговли : учеб. пособие для вузов / Р. П. Валевич, Г. А. Давыдова. – Минск : БГЭУ, 2010. – 671 с.

Т. В. Мосько (tanya@mosko.ru),
аспирант

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ТЕРРИТОРИИ

В статье рассмотрены особенности оценки туристско-рекреационного потенциала территории, описаны этапы и типы оценки. Особое внимание уделено проблемам оценочного подхода.

The article discusses the assessment of tourist and recreational potential of the area, describes the stages and types of evaluation. Particular attention is paid to the problems of evaluation approach.

Оценка туристско-рекреационного потенциала (ТРП) территории является важной основой оптимизации и рационализации пространственной и хозяйственной организации территориальных туристско-рекреационных систем, определения ценности отдельных ресурсов и их сочетаний, выявления территориальных различий в обеспеченности ресурсами, определения путей рационального использования ресурсов и сбалансированного развития территории. Однако, не-

смотря на сорокалетнюю историю развития данного научного направления в отечественной науке, применение оценочного подхода сдерживается слабой проработанностью многих его теоретических и методологических проблем [1].

В обобщенном виде оценку ТРП территории можно подразделить на несколько взаимосвязанных этапов:

1. Выделение объекта оценки (того, что будет оцениваться). В географических исследованиях регионального уровня чаще всего в качестве объектов оценки выступают геосистемы. Одной из ключевых проблем данного этапа выступает обоснованная дифференциация территории на отдельные операционные территориальные единицы (ОТЕ), выделенные исходя из цели исследований и специфики изучаемой геосистемы [2].

2. Выделение субъекта оценки, с позиций которого будет проводиться оценка объекта. В качестве субъекта оценки обычно выступают определенные категории туристов (рекреантов), организаторы туристско-рекреационной деятельности, виды или типы туристско-рекреационных занятий.

3. Рассмотрение критериев и показателей оценки объекта, которые существенны для определения его ценности, исходя из сформулированной цели оценки. Фактически отбираемый перечень критериев и соответствующих им показателей в большинстве случаев устанавливается на основе анализа решаемой проблемы.

4. Сбор информации, необходимой для оценки.

5. Приведение критериальных показателей оценки к единой системе измерения. Для этого обычно используют оценочные шкалы, нормирование, ранжирование и т. п.

6. Определение способов «сворачивания» оценочных критериальных показателей в частные и (или) интегральные показатели ТРП территории с последующим получением по ним результатов оценки.

7. Проверка и, при необходимости, корректировка результатов оценки.

8. Интерпретация полученных результатов оценки ТРП территории.

В отечественной специальной литературе выделяют четыре основных типа оценки ТРП территории: функционально-технологический, медико-биологический, психолого-эстетический и экономический.

Функционально-технологическая оценка отражает взаимодействие человека и природной среды посредством «технологии» туристско-рекреационной деятельности. В ней различают два аспекта: с одной стороны, выявляется пригодность ресурсов для организации различных видов туристско-рекреационной деятельности или целой системы туристско-рекреационных занятий, с другой – возможности инженерно-строительного освоения территории. В данном случае в качестве обобщенного субъекта оценки выступает индустрия туризма. С точки зрения туристской отрасли, ресурс должен обладать высокими качествами (например, комфортностью, целебными свойствами), необходимыми для организации отдыха и туризма населения [3].

Медико-биологическая оценка отражает влияние на физиологию и психику человека факторов окружающей среды. В географической науке наибольшее развитие получила оценка климатопогодных факторов и условий для туристско-рекреационной деятельности (например, термический и ветровой режимы, влажность, осадки, давление, освещенность и т. п.). В центре внимания при такой оценке находится состояние психики и организма человека как ответная реакция на воздействия совокупности и конкретных климатопогодных факторов и условий.

Изначальный перекос в отечественной рекреационной географии в сторону физико-географических исследований привел к недоучету факторов и условий создания комфортной среды для туристов (рекреантов) при помощи технических средств (например, дизайн помещений, температура, влажность, запахи) и обслуживающего персонала (например, доброжелательность, уважение, вежливость, толерантность), которые имеют не меньшее значение в туристской индустрии. В подобном аспекте подход можно назвать и антропоэкологическим, в рамках которого должны учитываться также факторы экологической составляющей окружающей среды, воздействующей на туриста (рекреанта) [1].

При *психолого-эстетической оценке* выявляется эмоционально-чувственное воздействие на человека ландшафтов или их отдельных компонентов. Ценность данного типа оценки определяется тем, что эстетическая выразительность ландшафтов является важнейшим туристско-рекреационным ресурсом и условием для организации туристско-рекреационной деятельности в пределах территории.

Одной из наиболее сложных научных проблем в исследовании ТРП территорий выступает его *экономическая оценка*.

Выделяют несколько основных подходов к экономической оценке ТРП объектов:

- Затратный подход, который основывается на определении величины понесенных или необходимых затрат факторов производства на воспроизводство (восстановление) туристско-рекреационных ресурсов.

- Доходный подход, заключающийся в определении стоимости объекта оценки исходя из ожидаемых от него размеров доходов, времени их поступления и рисков.

- Сравнительный подход, базирующийся на сравнении оцениваемого объекта с аналогичными по полезности объектами (например, уже оцененными, недавно проданными) с внесением поправок, учитывающих различия между ними.

- Рентный подход к оценке туристско-рекреационных ресурсов и потенциала территории, который основывается на дифференциальной ренте (это добавочный доход, получаемый предпринимателем сверх определенной прибыли на затраченные факторы производства). Образование дифференциальной ренты в туристско-рекреационной сфере связано с ограниченностью лучших источников факторов производства, особенно аттракций. Следовательно, рентный подход к оценке основан на выявлении дополнительного экономического эффекта от использования определенных источников ресурсов по сравнению с худшими (соотношения замыкающих и индивидуальных затрат).

- Вне рыночные подходы, заключающиеся в определении суммы, которую общество, социум или человек готовы потратить за сохранение объекта оценки и (или) пользование им.

На этапе определения объекта оценки основной проблемой выступает обоснованная дифференциация исследуемой территории на ОТЕ, которая зависит как от цели исследования, так и от специфики оцениваемой территории.

Используемая для оценки сетка ОТЕ напрямую влияет на качество результатов оценки. Исследования А. Ф. Кудрявцева, В. П. Сидорова и О. А. Скобелевой показали, что для оценки туристско-рекреационного потенциала территории в отечественных исследованиях используются в 56% случаев административно-территориальное деление, в 16 – природно-территориальные комплексы, в 12% – специально выделенные регулярные территориальные ячейки [4]. Также в качестве ОТЕ для оценки применяются предварительно выделенные туристско-рекреационные районы, особо охраняемые природные территории, отдельные населенные пункты и др.

Достоинством подобных ОТЕ является изначальное наличие границ, что упрощает их выделение и исключает субъективный фактор в формировании сетки ОТЕ, упрощает сбор информации, недостатком – возможность искажения статистической информации административными органами территорий и др.

Следующим ключевым моментом оценки ТРП территории является выделение субъекта оценки и, соответственно, тесно связанного с ним набора оценочных критериальных показателей. В решении данного вопроса можно выделить три наиболее часто используемых варианта:

- В качестве субъекта оценки выступает абстрактный среднестатистический турист (рекреант) либо туристско-рекреационное использование территории, т. е. предполагается общая оценка ТРП территории. По причине столь генерализованного выбора субъекта оценки критерии оценки при данном варианте имеют обобщенную форму. Например, их делят на блоки: природные и социально-культурные; природные, культурно-исторические и социально-экономические; климатические, гидрологические, геолого-геоморфологические, биологические и антропогенные и т. п. Выделяемые блоки критериев, в свою очередь, делятся на конкретные критерии и показатели, на основании которых и рассчитываются значения потенциала территории по указанным блокам, а затем из блоков и интегрального ТРП территории.

- В качестве субъекта оценки предполагается использование типов туристско-рекреационной деятельности (культурно-познавательного, лечебно-оздоровительного, спортивного туризма и т. д.).

- Наиболее редко используемым при интегральной оценке ТРП территории является выбор в качестве субъекта оценки видов туристско-рекреационной деятельности. Данный вариант позволяет достаточно точно и комплексно определить критерии выявления потенциала территории и их важность для целей конкретного вида туристско-рекреационной деятельности, тем самым снижает влияние на оценку субъективного фактора и предоставляет возможность наиболее обоснованно и точно оценить ТРП территории [1].

После определения объекта, субъекта, критериев и критериальных показателей оценки становится возможной оценка ТРП территории. Однако для того чтобы все критериальные показатели оценки можно было свести в интегральный показатель, их необходимо привести к единой системе измерения.

Особое место в оценке ТРП территории занимают разработка и применение оценочных шкал, которые используются для преобразования количественно и качественно измеряемых критериальных показателей. Так, многие факторы и условия, формирующие ТРП территории, имеют количественное выражение, однако их нельзя напрямую (без шкалирования) использовать для оценки, так как изменение фактических значений по критериальному показателю не всегда соответствует равноценному изменению значимости этих значений для ТРП территории. Например, при выборе для оздоровительных целей санатория-профилактория расстояние до объектов-аналогов от места проживания потенциального туриста составляет 50, 200 и 12 000 м, но это не значит, что предпочтительность первого объекта относительно второго по критерию будет в 4 раза выше, а третьего – в 240. При оценке ТРП территории важен учет и критериальных показателей, не имеющих количественного выражения, которые приобретают количественный аспект после их шкалирования.

Шкалы обычно строятся при помощи экспертных методов или на основе эмпирических данных с использованием математико-статистических процедур.

На следующем этапе оценки преобразованные критериальные показатели «сворачивают» в интегральный ТРП территории. Особое внимание при «сворачивании» оценочных критериальных показателей необходимо обратить на систему (шкалу) измерения их значений.

Влияние оценочных критериальных показателей на ТРП территории неравноценно, поэтому для их корректного «сворачивания» используют коэффициенты важности: чем важнее критериальный показатель (относительно остальных показателей), тем больше соответствующий ему коэффициент важности и тем больше вклад этого показателя в ТРП территории [5]. Для определения коэффициентов важности оценочных критериальных показателей или их блоков чаще всего используют статистические методы анализа, экспертные методы или их сочетание.

Учет системности ТРП территории при его оценке является сложной теоретической и методологической задачей, решение которой требует дальнейшего развития данного направления исследований.

Список литературы

1. **Саранча, М. А.** Потенциал и организация развития туристско-рекреационной деятельности в Удмуртской Республике: географический анализ и оценка на основе географических информационных систем : моногр. / М. А. Саранча. – Ижевск : Удм. ун-т, 2011. – 220 с.
2. **Сидоров, В. П.** Методика комплексного территориального анализа городского пассажирского транспорта / В. П. Сидоров // Вестн. Удм. ун-та. – 1996. – № 3. – С. 195–203.
3. **Оценочные методы** // География туризма / под ред. А. Ю. Александровой. – М. : КНО-РУС, 2008. – С. 205–214.
4. **Кудрявцев, А. Ф.** Выбор операционно-территориальных единиц при оценке рекреационного потенциала / А. Ф. Кудрявцев, В. П. Сидоров, О. А. Скобелева // Туризм и региональное развитие : сб. науч. ст. – Смоленск : Универсум, 2006. – С. 85–88.
5. **Поддиновский, В. В.** Введение в теорию важности критериев в многокритериальных задачах принятия решений / В. В. Поддиновский. – М. : ФИЗМАТЛИТ, 2007. – 64 с.

Е. Е. Нилова (lenanilova13@mail.ru),
аспирант

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ОЦЕНКА СПОСОБНОСТЕЙ ОРГАНИЗАЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ К РАЗВИТИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

В статье рассмотрены основные показатели деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь. На основании полученных результатов сделаны выводы о способности потребительской кооперации к развитию своего экономического потенциала.

The article describes the main indicators of consumer cooperatives of the Republic of Belarus. Based on the results and conclusions about the ability of consumer cooperatives to develop its economic potential.

Способности организаций потребительской кооперации как структурный компонент их экономического потенциала, отражающий индивидуальные особенности функционирования кооперативных организаций, являются субъективными условиями реализации ресурсных возможностей окружающей среды. Они обнаруживаются в быстроте, глубине и прочности овладения сотрудниками организации способами и методами формирования и развития экономического потенциала. Способности организаций потребительской кооперации к реализации ресурсных возможностей находятся в зависимости от субъективных факторов и непосредственно формируются в процессе использования экономического потенциала, сложной системе конкурентного взаимодействия на рынке ресурсов с организациями других форм собственности.

В связи с тем, что способности организации являются субъективным компонентом экономического потенциала, их диагностику, на наш взгляд, можно провести через уровень достигнутых промежуточных и конечных результатов ее деятельности. Последние, в свою очередь, согласно определенной логике исследования, будут отражать эффект от превращения ресурсных возможностей окружающей среды в ресурсы, находящиеся в распоряжении организации. Несмотря на то, что ресурсные возможности окружающей среды определяются объективными тенденциями развития экономического потенциала, в процессе их актуализации немаловажную роль играет субъективный фактор, выражающийся в целенаправленном воздействии на процесс преобразования ресурсов в затраты с целью получения запланированного результата деятельности.

В целом, современное состояние организаций потребительской кооперации характеризуется определенной стабилизацией динамики промежуточных и конечных результатов их деятельности.

Так, по оценке за 2012 г. в целом по Белкоопсоюзу получено 459 млрд р. чистой прибыли и 734 млрд р. прибыли от реализации. Рентабельность продаж составила 2,7% и увеличилась по сравнению с 2008 г. на 1,6 процентного пункта, рентабельность по чистой прибыли – 1,7%, что на 1,1 процентного пункта больше, чем в 2008 г.

В этот период действовал эффект девальвации рубля и улучшения были достигнуты благодаря замещению подорожавшего импорта, т. е. в это время функционирование организаций обусловлено преимущественно объективными условиями и роль субъективного фактора была незначительной.

По нашему мнению, именно низкие финансовые показатели являются одной из проблем формирования способностей организации к конкретным видам деятельности. Однако необходимо отметить, что в ходе анализа финансового результата по облпотребсоюзам было выявлено, что все облпотребсоюзы являются прибыльными (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика чистой прибыли и рентабельности по чистой прибыли по Белкоопсоюзу

Организация	Год				
	2008	2009	2010	2011	2012
<i>Чистая прибыль, млн р.</i>					
Брестский облпотребсоюз	8 813	11 577	15 087	91 785	85 325
Витебский облпотребсоюз	7 601	8 234	6 478	41 261	27 478
Гомельский облпотребсоюз	9 012	9 223	11 406	70 558	56 653
Гродненское областное потребительское общество	6 067	7 006	6 843	46 275	9 922
Минский облпотребсоюз	3 632	4 879	5 968	51 094	48 877
Могилевский облпотребсоюз	3 733	6 493	9 050	65 739	59 234
Итого	38 858	47 412	54 832	366 712	287 489
Предприятия Белкоопсоюза	10 791	8 047	21 197	136 389	172 034
Белкоопсоюз	49 649	55 459	76 029	503 101	459 523
<i>Рентабельность по чистой прибыли, %</i>					
Брестский облпотребсоюз	0,60	0,71	0,77	2,75	1,40
Витебский облпотребсоюз	0,63	0,62	0,42	1,58	0,44
Гомельский облпотребсоюз	0,67	0,63	0,67	2,60	0,99
Гродненское областное потребительское общество	0,65	0,68	0,58	2,40	0,22
Минский облпотребсоюз	0,26	0,31	0,33	1,69	0,76
Могилевский облпотребсоюз	0,39	0,60	0,71	2,97	1,45
Итого	0,53	0,59	0,58	2,32	1,01
Предприятия Белкоопсоюза	2,67	1,96	3,30	10,01	2,36
Белкоопсоюз	0,64	0,66	0,75	2,93	1,04
Примечание – Источники: [1; 2].					

Наибольшая чистая прибыль за 2008–2012 гг. получена Брестским облпотребсоюзом. Однако наибольший уровень рентабельности был у Могилевского облпотребсоюза, он составил 2,97%. Как отмечалось ранее, в 2012 г. у всех облпотребсоюзов, как и в целом по системе организаций потребительской кооперации, чистая прибыль значительно сократилась. Данное обстоятельство говорит о невозможности данных организаций развивать различные виды деятельности.

Развитие способностей организаций к использованию экономического потенциала, по нашему мнению, также может быть выражено через изменения, произошедшие в структуре деятельности потребительской кооперации. Основным видом деятельности организаций потребительской кооперации является розничная торговля.

В целом по всем облпотребсоюзам увеличение объемов розничной торговли носило устойчивый характер (таблица 2).

Таблица 2 – Динамика розничного товарооборота торговли (темпы роста по годам по отношению к предшествующему году в сопоставимых ценах), %

Организация	Год					Темпы роста 2012 г. по отношению к 2008 г.	Среднегодовой темпы роста
	2008	2009	2010	2011	2012		
Брестский облпотребсоюз	115,0	100,8	110,2	108,9	102,2	142,2	107,3
Витебский облпотребсоюз	113,3	99,0	109,2	112,0	101,8	139,7	106,9
Гомельский облпотребсоюз	112,8	99,1	110,0	108,4	106,4	141,8	107,2
Гродненское областное потребительское общество	114,2	99,4	108,8	107,5	104,9	139,3	106,8
Минский облпотребсоюз	114,3	99,3	109,3	112,3	107,6	149,9	108,4
Могилевский облпотребсоюз	114,4	100,3	109,3	116,1	109,4	159,3	109,8
Унитарные предприятия	87,2	97,6	114,3	232,1	130,5	294,6	124,1
Белкоопсоюз	115,8	99,3	110,2	109,2	105,5	146,0	107,9
Примечание – Источники: [1; 2].							

Как видно, опережающими темпами за последние три исследуемых года повышался товарооборот унитарных предприятий. Расширение масштабов деятельности розничной торговли медленнее всего происходило в Гродненском областном потребительском обществе. Наряду с этим следует отметить замедление темпов роста оборота розничной торговли в последнем году анализируемого периода во всех облпотребсоюзах. Устойчивая тенденция сокращения темпов роста данного показателя свойственна Брестскому, Гомельскому облпотребсоюзам и Гродненскому областному потребительскому обществу. Так, если за 2009–2010 гг. оборот розничной торговли Брестского и Гомельского облпотребсоюзов вырос на 10,2 и 10,0% соответственно, то за 2010–2011 гг. – на 8,9 и 8,4, за 2011–2012 гг. – на 2,2 и 6,4% соответственно.

Вместе с тем, воздействие факторов окружающей среды и интенсивное развитие торговой деятельности другими хозяйствующими субъектами национальной экономики привели к существенной потере доли рынка кооперативных организаций.

Доля потребительской кооперации в розничном товарообороте торговли через все каналы реализации Республики Беларусь составила в 2012 г. 8,8%, что на 0,2 процентного пункта ниже, чем в 2008 г.

Потеря доли рынка в конкурентной среде свидетельствует об отсутствии у кооперативных организаций навыков владения способами и приемами конкурентной борьбы, быстрого и умелого реагирования на изменения окружающей среды. Неспособность к такой деятельности обусловила сужение товарной структуры оборота в направлении его увеличения по тем товарным группам, которые не представляют интереса для конкурентов. Как известно, высокая доходность продовольственных товаров обеспечивает прибыльность деятельности только в данный период времени, тогда как в перспективе при ухудшении конъюнктуры рынка товаров и услуг это может привести к потере конкурентных преимуществ кооперативных организаций.

Формирование способности организаций потребительской кооперации к использованию экономического потенциала происходило в сфере платных услуг, о чем косвенно может свидетельствовать динамика соответствующего объема деятельности (таблица 3). Вместе с тем, она носила разнонаправленный характер, что говорит о присутствии дополнительного фактора риска недополучения ресурсов в необходимом количестве и качестве. На наш взгляд, учитывая особенности функционирования системы организаций потребительской кооперации, ее ценно-

сти и принципы, социальную ориентированность, формирование данного показателя в большей степени находилось под воздействием субъективных условий, так как в последние годы совершенствованию указанных направлений деятельности уделялось особое внимание в рамках выполнения Концепции развития потребительской кооперации до 2015 г.

Таблица 3 – Динамика платных услуг населению без учета образовательных услуг учреждений образования (темпы роста по годам по отношению к предшествующему году в сопоставимых ценах),%

Организация	Год					Темп роста 2012 г. по отношению к 2008 г.	Среднегодовой темп роста
	2008	2009	2010	2011	2012		
Брестский облпотребсоюз	118,7	115,1	115,4	111,2	112,3	196,9	114,5
Витебский облпотребсоюз	122,6	118,6	119,8	108,4	111,1	209,8	116,0
Гомельский облпотребсоюз	130,6	120,3	122,4	115,0	108,4	239,7	119,1
Гродненское областное потребительское общество	123,1	126,2	117,2	117,2	110,3	235,4	118,7
Минский облпотребсоюз	132,2	124,3	120,9	110,6	112,1	246,3	119,8
Могилевский облпотребсоюз	132,5	122,6	123,3	117,6	122,6	288,8	123,6
Унитарные предприятия	103,8	107,6	108,9	150,0	107,5	196,1	114,4
Белкоопсоюз	123,3	119,4	118,9	115,9	113,7	230,7	118,2
Примечание – Источник: [1].							

В целом, за период исследования организации потребительской кооперации приобрели значительные навыки работы в сфере услуг. Так, в 5 облпотребсоюзах темп роста объема платных услуг в 2012 г. более чем в 2 раза превысил уровень 2008 г. Внутри исследуемого периода отмечены и негативные тенденции изменения данного объемного показателя (например, в Гомельском облпотребсоюзе и Гродненском областном потребительском обществе выявлено его сокращение в 2012 г. по сравнению с 2011 г. на 6,6 и 7,1% соответственно).

Предпринимая попытку обобщения полученных результатов исследования способностей организаций потребительской кооперации как субъективного структурного компонента их экономического потенциала, следует отметить, что в большей степени они находились в зависимости от субъективных факторов.

Основными индикаторами, свидетельствующими о наличии проблем формирования способностей кооперативных организаций к развитию экономического потенциала, послужили промежуточные и конечные результаты деятельности областных организаций.

Ускоренными темпами способности организаций потребительской кооперации к реализации ресурсных возможностей развития экономического потенциала формировались в сфере платных услуг.

Однако способность организации к использованию ресурсов часто находится под воздействием фактора риска их недополучения в необходимом количестве и качестве, который формируется в окружающей среде.

Список литературы

1. **Основные** итоги работы потребительской кооперации за 2008–2012 гг., задачи на 2013–2015 гг. – Минск : Белкоопсоюз, 2013. – 76 с.
2. **Основные** показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2012 г. – Минск : Белкоопсоюз, 2013. – 70 с.

К. В. Павлов (kvp_ruk@mail.ru),
д-р экон. наук, профессор, проректор по научной работе

*Ижевский институт управления
г. Ижевск, Российская Федерация*

С. Н. Растворцева (Rastvortseva@bsu.edu.ru),
д-р экон. наук, доцент, профессор кафедры мировой экономики

Н. А. Череповская (nata.cher2012@yandex.ru),
аспирант

*Белгородский государственный национальный
исследовательский университет
г. Белгород, Российская Федерация*

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КЛАСТЕРОВ В ЭКОНОМИКЕ

В статье рассматривается методический подход к идентификации потенциальных кластеров в региональной экономике. В нем используются элементы методических подходов к выявлению кластеров М. Портера в американской (1990 г.) и канадской (1997 г.) экономических системах, однако предложенная методика по ряду компонентов существенно от них отличается и поэтому содержит элементы научной новизны. Она апробирована в экономике регионов Центрального Черноземья Российской Федерации. В частности, для Белгородской области выявлены 36 видов экономической деятельности, на базе которых возможно формирование кластеров. Определены пять потенциальных кластеров, в которых задействовано 26,7% от общей численности занятых в экономике области: агропромышленный комплекс, добывающая и металлургическая промышленность, кластер по производству машин и оборудования, строительный кластер. Использование предложенной методики позволит более эффективно проводить кластерную политику в регионах.

The paper proposes method for identifying potential clusters in the regional economy. The method is based on the approach to the identification of clusters by M. Porter in U.S. (in 1990) and Canada (in 1997) economies. The presented method has been tested in the economy of the Central Black Soil regions of Russia. In particular, in Belgorod region we identified 36 types of economic activity, which could be integrated in clusters. It was Identified five potential clusters, which involved 26.7% of the total regional employment: agriculture, mining, metallurgy, production of machinery and equipment and building clusters. Using the proposed method will be useful for effective cluster policy in regions.

Идентификация потенциальных кластеров в регионе – важный этап проведения кластерной политики. Основная проблема ее реализации заключается в том, что цели данной политики можно понимать двояко. Действительно, необходимо различать кластеры, возникающие самостоятельно (как эмпирический феномен), и кластеры, которые образуются вследствие проводимой политики и инициатив, направленных на их создание и дальнейшее развитие.

Первый тип кластеров – активные кластеры, статистически отражающиеся как рост концентрации и специализации производства в рамках конкретного сектора.

Вторая группа кластеров – выражение целенаправленной стратегии, результат определенных политических приоритетов и финансирования с целью стимулирования регионального развития, инноваций и т. д.

На сегодняшний день крупные международные организации, такие как Всемирный банк и Организация экономического сотрудничества и развития, сосредоточили свое внимание на кластеризации, в частности разработке инновационных систем, в результате чего новые идеи могут распространяться посредством фирм в развивающихся регионах путем экстенсивного расширения коммуникаций, а также повышения уровня развития социальной инфраструктуры.

Наиболее известным проектом является Европейская кластерная обсерватория (*European Cluster Observatory*). Данный проект имеет две цели – отображение кластера и подготовку кадров. Направлен он на отслеживание региональной концентрации населения, занятого в определенных кластерах.

Принимая во внимание тот факт, что искусственное создание регионального кластера является долгим и ресурсоемким процессом, важным этапом становится идентификация тех видов деятельности в регионе, на базе которых формирование кластера будет эффективным. Для этой цели мы предлагаем адаптировать методику М. Портера. Предлагаемая методика позволит выявить те виды экономической деятельности, в которых регион имеет наибольшие конкурентные преимущества.

Основные отличия предлагаемой нами методики от известных аналогов показаны в таблице. Как было уже отмечено, в основе разработанной методики лежит метод идентификации и

оценки потенциальных кластеров М. Портера, который использовался для выявления кластеров в регионах США в 1990 г. В 1997 г. данный метод модифицировали для использования при идентификации кластеров в Канаде.

Сравнение авторской методики идентификации потенциальных региональных кластеров с методикой М. Портера и канадской методикой

Характеристика	Авторская методика	Методика М. Портера	Канадская методика
Географический уровень	83 региона Российской Федерации	51 штат	140 городских районов и агломераций
Год исследования	2011	1990	1997
Виды деятельности	222 подкласса (до трех знаков по классификации ОКВЭД)	879 вида (до четырех знаков по Стандартной классификации промышленной системы)	300 видов (до четырех знаков по Североамериканской системе отраслевой классификации)
Определение кластеров	<p>Отрасли разделяются на основе коэффициента локализации на имеющие тенденцию к географической концентрации и располагающиеся повсеместно.</p> <p>При проведении анализа по конкретному региону выбираются только те виды деятельности, коэффициент локализации которых в данном регионе выше единицы.</p> <p>На основе попарного сопоставления видов деятельности по всем регионам из выборки удаляются не локализующиеся в одном месте виды деятельности.</p> <p>Из оставшихся видов деятельности формируются кластеры, которые проверяются по критерию «объема», т. е. численность занятых в кластере не должна быть ниже 1 000 чел. Возможно отнесение одного вида деятельности к двум и более кластерам</p>	<p>Отрасли разделяются на основе коэффициента локализации на концентрирующиеся географически (208) и располагающиеся повсеместно (82).</p> <p>Географически концентрирующиеся отрасли делятся на локализующиеся в одном месте (167) и не локализующиеся в одном месте (51).</p> <p>На основе попарного сопоставления видов деятельности выделяются 19 типов кластеров. Возможно отнесение одного вида деятельности к двум и более кластерам.</p> <p>Критерии кластера – занятость свыше 1 000 чел., коэффициент локализации кластера выше единицы, коэффициент локализации, как минимум половины видов деятельности, выше единицы</p>	<p>Отрасли разделяются на торгующие (590), локальные (241) и природно-ресурсные (48) на основе концентрации по показателю занятости.</p> <p>Предполагается, что все торгующие отрасли (590) кластеризуются.</p> <p>Выявлен 41 тип кластеров методом попарного сопоставления торгующих отраслей в регионах. Возможно отнесение одного вида деятельности к двум и более кластерам.</p> <p>Сильные кластеры характеризуются коэффициентом локализации выше единицы (или 0,8 в некоторых случаях)</p>

Определим алгоритм авторской методики идентификации потенциальных кластеров в регионе, который можно представить в виде рисунка.

В качестве базового показателя для расчета коэффициента локализации возьмем среднесписочную численность работников по полному кругу организаций. Исследования проводились в 2011 г. Виды экономической деятельности представим по классификатору ОКВЭД по всем 17 разделам. Уровень агрегации видов экономической деятельности – подклассы (до трех знаков по классификации ОКВЭД). Всего насчитывается 222 подкласса.

На первом этапе исследования проведем идентификацию видов экономической деятельности, которые имеют тенденцию к концентрации в определенном месте. Ввиду того, что нам необходимо определить долю регионов, коэффициент локализации в которых превышает единицу, в общем числе регионов, используем данные по 83 регионам Российской Федерации.

Рассчитаем коэффициенты локализации (по численности работников) по 222 видам экономической деятельности в 83 регионах России по формуле

$$LQ = \frac{Emp_{ig}}{Emp_g} : \frac{Emp_i}{Emp} = \frac{Emp_{ig}}{Emp_i} : \frac{Emp_g}{Emp},$$

где LQ – коэффициент локализации;

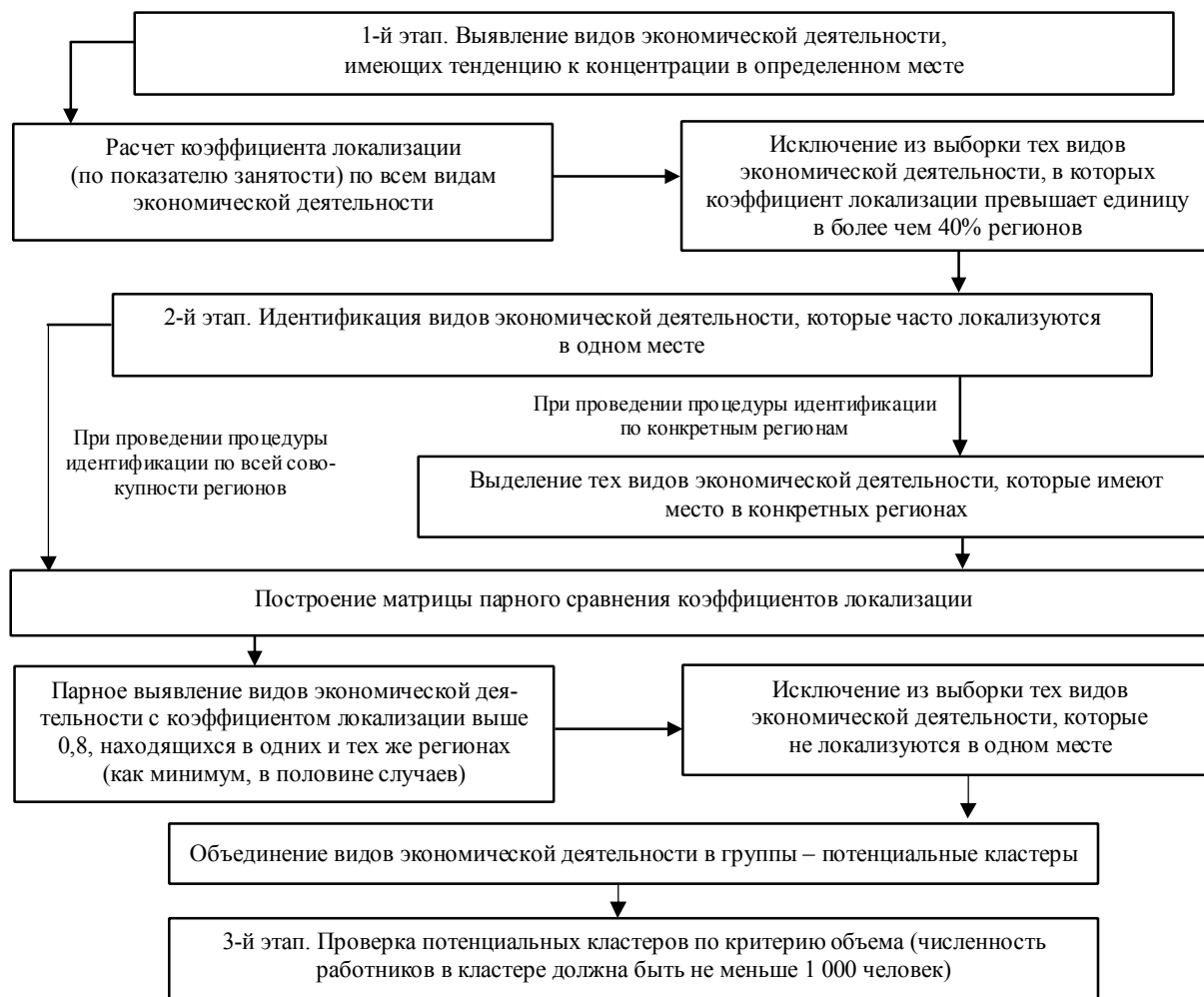
Emp_{ig} – количество занятых в секторе экономики i в регионе g ;

Emp_g – общее количество занятых в регионе g ;

Emp_i – количество занятых в секторе экономики i ;

Emp – общее количество занятых в стране.

Алгоритм идентификации потенциальных кластеров в регионе



Тенденция к концентрации имеет место в том случае, когда доля регионов с коэффициентом локализации больше единицы не превышает 40% от общего числа.

Из 222 проанализированных видов деятельности не имеют тенденцию к концентрации только 40. Важно отметить, что на базе данных видов экономической деятельности создание кластеров в регионах осуществляться не может. К их числу, например, относятся животноводство, производство молочных и прочих пищевых продуктов, лесоводство и предоставление услуг в области растениеводства, декоративного садоводства и животноводства. В промышленности не имеют тенденции к концентрации такие виды экономической деятельности, как производство изделий из бетона, гипса и цемента, резка, обработка и отделка камня, производство прочей неметаллической продукции, кирпича, черепицы и изделий из обожженной глины. Мы должны обратить внимание на то, что ряд регионов Центрального Черноземья в качестве приоритетных направлений заявили создание и развитие строительных кластеров. Ввиду того, что многие виды производств материалов для строительства не имеют тенденцию к концентрации, в региональных строительных кластерах эти производства могут выполнять только второстепенные функции.

Не имеют тенденции к концентрации производство, передача и распределение пара и горячей воды (тепловой энергии) и электроэнергии, сбор, очистка и распределение воды, в сфере розничной торговли – торговля моторным топливом, пищевыми продуктами, фармацевтическими, медицинскими, косметическими и парфюмерными товарами. Наибольшее число видов деятельности, не имеющих тенденции к географической концентрации, наблюдается в сфере услуг.

Таким образом, остальные 182 вида экономической деятельности имеют тенденцию к географической концентрации. Второй этап идентификации потенциальных региональных кластеров подразумевает разделение 182 подклассов на две группы: совместно располагающиеся географически и не располагающиеся географически совместно. Для упрощения проведения второго этапа нами были выделены те виды деятельности, которые имеют место в регионах Центрального Черноземья. Из 182 видов экономической деятельности, имеющих тенденцию к географической концентрации, в регионах Центрального Черноземья сосредоточен 151. При этом только 104 подкласса имеют коэффициент локализации выше 1 в той или иной области экономического района.

Т. Л. Процко (Procko_1984@mail.ru),
ассистент кафедры экономики АПК

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ТЕКУЩИХ ЗАТРАТ

В условиях конкуренции эффективность работы организации, ее экономическая самостоятельность и конкурентоспособность тесно связаны с выработкой мероприятий по оптимизации текущих затрат на хозяйственную деятельность. В процессе проведения комплексного анализа текущих затрат необходимо изучить эффективность текущих затрат, связанных с функционированием каждого вида ресурсов, что позволит решать актуальные проблемы развития деятельности организаций в различных сферах народного хозяйства.

In the conditions of the competition overall performance of the organization, her economic independence and competitiveness are closely connected with elaboration of actions of growth of the current expenses from economic activity and improvement of its structure – a ratio of the incurred expenses and got profit. In the course of carrying out the complex analysis of the current expenses it is necessary to study efficiency of the current expenses connected with functioning of each type of resources that will allow to solve actual problems of development of activity of the organizations in various spheres of national economy.

Эффективность управления текущими затратами ограничена несоответствием прилагаемых усилий ситуационным условиям. Одним из способов преодоления этого несоответствия, по нашему мнению, является комплексный экономический анализ текущих затрат кооперативной организации, который заключается в системной диагностике текущих затрат организаций потребительской кооперации.

Диагностика текущих затрат служит выработке стратегических подходов к повышению эффективности потребляемых ресурсов на основе сравнения текущих затрат в различные периоды времени и по различным видам деятельности с целью обеспечения устойчивого конкурентного преимущества. Эффективность текущих затрат оценивается как системная целесообразность, учитывающая способность организации к саморегулированию, а также к достижению целей при изменении внешних факторов, прямо или косвенно воздействующих на состав и структуру текущих затрат. Необходимо также учитывать, что, несмотря на признание ведущей роли внешней среды, уровень системной эффективности определяется также под воздействием факторов внутренней среды.

Проведение диагностики текущих затрат в кооперативных организациях переводит проблему эффективности управления текущими затратами из сферы субъективной в сферу объективной оптимизации, основанной на управленческих технологиях. Такое исследование основано на методологии анализа совокупных текущих затрат и позволяет оценить реальную (фактическую) ситуацию, а также выявить отклонения от целевых результатов, что необходимо для максимизации уровня долгосрочной эффективности системы управления текущими затратами.

Согласно системному подходу к оценке эффективности текущих затрат организаций потребительской кооперации проводится оценка способности получать все необходимые ресурсы из окружающей среды.

Основные цели диагностики совокупных текущих затрат кооперативной организации – объективная оценка текущих затрат на отдельные виды деятельности, комплексное выявление неиспользуемых резервов их снижения и мобилизация для повышения экономической эффективности управления. Диагностика текущих затрат может быть названа формой осуществления контроля текущих затрат как функция управления ими. Исходя из этого можно сказать, что главная цель анализа совокупных текущих затрат – подготовка информации для принятия управленческих решений. Основная задача диагностики текущих затрат – определение возможностей и преодоление ограничений роста эффективности системы управления ими. Реализация найденных возможностей оптимизации текущих затрат кооперативной организации обусловит изменение ситуации, и дальнейшее совершенствование системы потребует нового анализа. При этом даже частичная реализация оптимизационных резервов обеспечит повышение эффективности системы посредством самосовершенствования.

Самосовершенствующаяся система управления текущими затратами способна автоматически изменять способ функционирования управляющей части посредством качественных изменений в управленческих технологиях.

Комплексность анализа текущих затрат в современных условиях предполагает взаимодействие как производственных, так и управленческих отделов и служб организации, что требует полной информационной поддержки. Поэтому при диагностике текущих затрат должны обеспечиваться сопряженность и взаимосвязь различных информационных потоков как основы для взаимодействия всех функций управления. Кроме того, взаимодействие между различными службами организации позволяет провести более глубокий и детальный анализ экономических показателей, оценить и охарактеризовать результаты как отдельного вида деятельности, так и кооперативной организации в целом.

Диагностика совокупных текущих затрат кооперативной организации может быть определена как комплексный формализованный метод повышения эффективности деятельности кооперативной организации посредством совершенствования системы управления текущими затратами. При этом обеспечиваются отслеживание протекающих процессов в режиме реального времени, сравнение целевых результатов с фактически достигнутыми и объективное внимание к ситуационным условиям. Схематично процесс диагностики текущих затрат организации представлен на рисунке [1].



Одним из инструментов информационного обеспечения диагностики совокупных текущих затрат кооперативных организаций является система показателей текущих затрат. Под системой показателей текущих затрат понимается некоторое упорядоченное множество взаимосвязанных и взаимосогласованных показателей. Отбор и модификация показателей, построение на их основе системы показателей текущих затрат, приспособленной для кооперативных организаций, подчинены задаче обеспечения информацией о текущих затратах на отдельные виды деятельности и деятельность кооперативной организации в целом.

Предлагаемая комплексная система показателей текущих затрат отражает формирование совокупных текущих затрат кооперативной организации. Система показателей текущих затрат основана на использовании матричного метода анализа с выводом обобщающего показателя. Сущность такого подхода заключается в систематическом исследовании и оценке совокупных текущих затрат на основе определенных параметров, отражающих их состояние в динамике. При этом исходные данные в матричной модели системы показателей текущих затрат взаимосвязаны, так как, с одной стороны, они являются результатами, а с другой стороны, представляют собой факторы, оказывающие влияние на данные результаты. Различные соотношения количественных показателей строк и столбцов образуют относительные показатели текущих затрат, которые являются элементами матрицы

Все показатели текущих затрат предлагается объединить в четыре группы.

Первая группа включает показатели, характеризующие конечные результаты хозяйственной деятельности кооперативной организации. *Вторую группу* составляют показатели, характеризующие эффективность текущих затрат отдельных видов. *Третья группа* представлена структурными показателями. В *четвертую группу* входят показатели, характеризующие соотношение текущих затрат различных видов деятельности.

Процесс управления затратами достаточно сложный, поскольку требует учета разнонаправленных интересов: государства, отрасли, организации, производителей и покупателей товаров. Основная задача создания системы управления расходами состоит в том, чтобы увязать эти интересы и создать саморегулирующийся механизм их формирования и изменения [2].

Оценить результаты произошедших изменений и расширить информационную базу позволяет анализ элементов матрицы в динамике, которую составляют матрицы локальных показателей отчетного и базисного периодов, а также матрица их индексных значений.

Следовательно, практическое использование системы показателей предусматривает сравнение показателей текущих затрат различных видов деятельности и дает возможность определить положительные и отрицательные отклонения в текущих затратах, направления переориентации хозяйственной деятельности и рационализации системы ценностей.

С учетом многоотраслевого характера деятельности кооперативных организаций путем агрегирования показателей текущих затрат матричной модели сформирована методика, позволяющая ранжировать результаты.

При анализе текущих затрат организаций системы потребительской кооперации учитывалось влияние трех основных составляющих, определяющих затраты по видам деятельности: текущие затраты розничной торговли, общественного питания и заготовительной деятельности.

Следовательно, при ранжировании необходима разработка комплекса показателей эффективности текущих затрат, включающего три блока, каждый из которых получается путем синтеза единичных индикаторов. При формировании блоков показателей текущих затрат предусматривалась возможность использования публичной статистической отчетности потребительской кооперации, что делает оценку совокупных текущих затрат доступной и позволяет контролировать изменения в их структуре и эффективности использования потребленных ресурсов на всех уровнях управления.

В основе комплексной оценки текущих затрат лежит сравнение кооперативных организаций по выбранным показателям с эталонной организацией, имеющей максимальный результат по каждому сравниваемому показателю. Важный этап разработки системы комплексного управления текущими затратами – оценка потенциала кооперативных организаций, которая позволяет выделить сильные и слабые стороны организации, возможности ее развития и разработать мероприятия по повышению эффективности использования ресурсов, основываясь на классификации текущих затрат по видам используемых ресурсов, которая необходима для рациональной организации поиска резервов экономии текущих затрат.

Эффективным считается такое управление затратами, которое обеспечивает:

- организацию информационного обеспечения в соответствии с содержанием, составом и структурой затрат, целевыми ориентирами, т. е. надежные учет и отчетность, возможность проведения их глубокого и полного анализа;
- оценку условий функционирования заготовительной организации, т. е. формирования затрат в прошлом и плановом периоде;
- прогнозирование размеров и уровней затрат различными методами при разных объемах заготовительного оборота и прибыли с учетом имеющихся ограничений, обусловленных ресурсами, спросом, финансами;
- возможность нормирования затрат по статьям расходов в заготовительной отрасли;
- контроль и оперативное управление расходами с учетом изменения условий функционирования организации;
- совершенствование учета и классификации расходов в заготовительной отрасли;
- поиск резервов снижения расходоемкости заготовительного процесса и введение их в действие.

Список литературы

1. **Шабалина, Т. В.** Организационно-экономический механизм управления затратами (в условиях Кировской области) : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Т. В. Шабалина. – Киров, 2002.
2. **Шанк, Дж.** Стратегическое управление затратами. Новые методы увеличения конкурентоспособности / Дж. Шанк, В. Говинараджан. – СПб. : Бизнес-Микро, 1999.

ИССЛЕДОВАНИЕ НАЛИЧИЯ ВЗАИМОСВЯЗИ МЕЖДУ ДИФФЕРЕНЦИАЦИЕЙ ЦЕН И ДИФФЕРЕНЦИАЦИЕЙ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В условиях рыночной экономики цены не могут быть одинаковы во всех регионах, поскольку присутствуют особенности потребительского спроса, экономики региона, территориального расположения производственных мощностей. В статье отображены результаты анализа дифференциации цен во взаимосвязи с дифференциацией доходов и расходов населения Республики Беларусь.

In the market economy conditions prices can not be the same in all regions, because there are specificity of consumer demand, the region's economy, and the territorial location of production facilities. The article shows results of analysis of price differentiation in relation to differentiation of income and expenditures of the population of the Republic of Belarus.

Государственная политика Республики Беларусь в области ценообразования основывается на создании рыночного механизма ценообразования в сочетании с гибким государственным регулированием. Одной из важнейших целей государственной ценовой политики выступает обеспечение доступных для населения цен на потребительские товары в соответствии с уровнем получаемых доходов. Для достижения целей социально-экономического развития страны, предусмотренных Программой социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 гг., предполагается повышение реальных располагаемых денежных доходов населения в 2015 г. по отношению к уровню 2010 г. в 1,7–1,76 раза и снижение темпов инфляции до 9–11% [1].

Анализ дифференциации цен по областям и Минску в летний период (рисунок 1) показывает, что наиболее «дешевые» регионы Беларуси – Брестская, Гродненская и Минская области, поскольку здесь продаются самые дешевые непродовольственные товары и алкоголь. Далее следуют Могилевская и Гомельская области. Наиболее «дорогая» из областей – Витебская. Минск лидирует по ценам на все группы товаров. Самые дешевые продукты питания в Гомельской области. Сравнение данных по зимнему периоду (рисунок 2) свидетельствует о том, что самой «дорогой» из областей была Могилевская область. Наиболее «дешевыми» были Гродненская и Брестская области, затем – Витебская. Цены Минска также лидировали по сравнению со среднеобластными ценами по всем группам товаров.

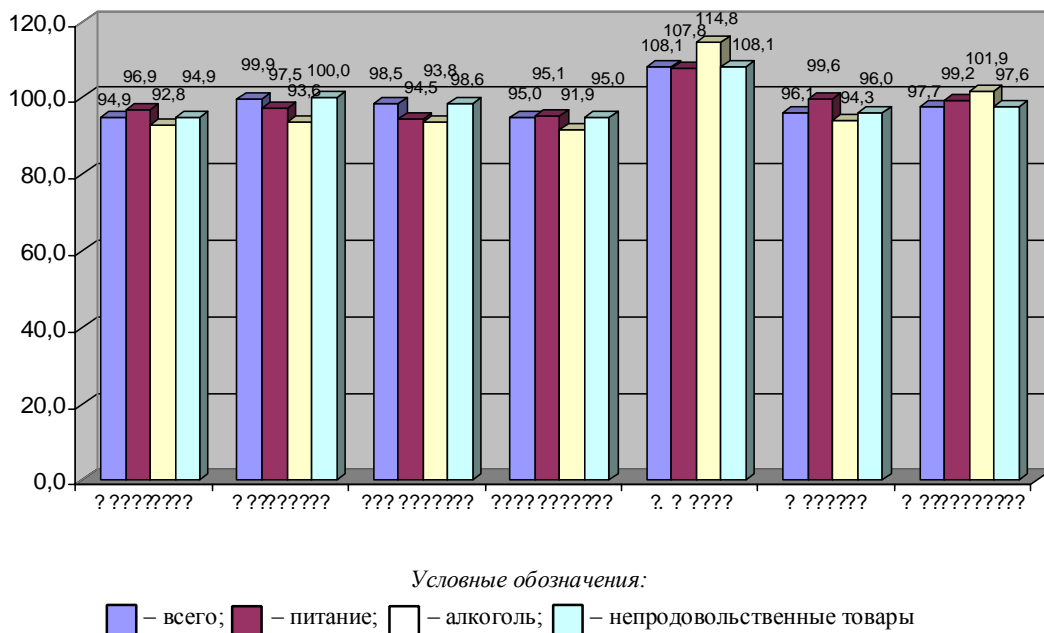


Рисунок 1 – Уровни цен областей и Минска за июнь 2013 г. по отношению к среднереспубликанскому уровню по соответствующим товарным группам, %

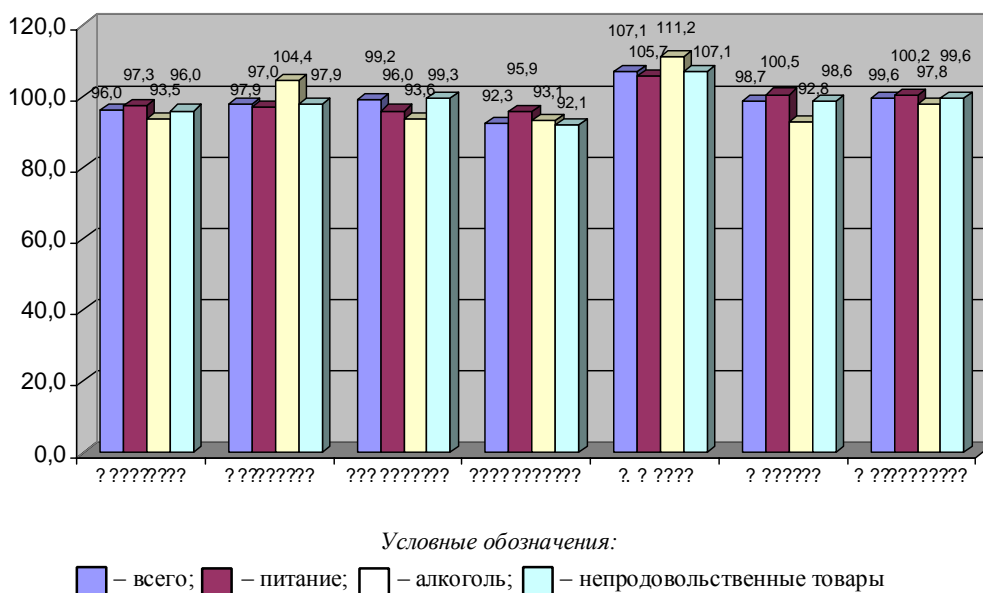


Рисунок 2 – Уровни цен областей и Минска за декабрь 2012 г. по отношению к среднереспубликанскому уровню по соответствующим товарным группам, %

При небольших перестановках областей в зимний и летний периоды сохраняются отклонения цен на отдельные группы товаров и услуг. При указанной разнице уровней цен между областями необходимо констатировать небольшой разброс цен по сводным показателям. Между тем, цены на отдельные группы и подгруппы товаров в большей степени различаются между областями.

Значителен разброс цен на такие продовольственные товары, как крупа и бобовые, макаронные изделия, сметана, сыры, говядина, масло растительное, маргарин, жиры, яйца, картофель, овощи, фрукты, безалкогольные напитки и алкоголь. Практически едины цены по областям (различие составляет не более чем 1,1–1,2 раза) на хлеб, мучные кондитерские изделия, муку, молоко, масло животное, свинину, колбасы и мяскопчености, птицу, рыбу и рыбопродукты, сахар и кондитерские изделия, кофе, чай, какао. По группе непродовольственных товаров значительно колеблются цены на ткани, предметы личной гигиены, мебель, телерадиотовары, фото- и кинооборудование, носители аудио- и видеoinформации, печатные издания, посуду, хозяйственные товары, ковры, напольные покрытия, текстильные изделия, строительные материалы и моющие средства. Наблюдается ситуация, при которой низкий уровень цен в Республике Беларусь по ограниченному перечню продовольственных товаров взаимосвязан с малой внутренней дифференциацией цен, т. е. с практически едиными низкими ценами для всех областей республики. Стоит отметить, что оформилась дифференциация непродовольственных товаров после 2011 г., а по продовольственным товарам сохранилась в незначительной степени за счет социально значимых товаров, что и приводит к отсутствию у большинства субъектов хозяйствования собственной ценовой политики.

Применение более низких цен в том или ином регионе еще не свидетельствуют о том, что проживающее там население может покупать больше товаров, лучше жить по сравнению с населением других областей и городов. Доходы населения также дифференцированы по регионам страны. Определяющее значение имеет соотношение между дифференциацией получаемых доходов и дифференциацией цен, отражающее различия покупательной способности населения и соответственно уровня жизни.

Дифференциация доходов населения Республики Беларусь складывается под воздействием ряда факторов [2].

Дифференциация оплаты труда (основного источника доходов населения) характеризуется разрывом между столицей и областями. Соотношение среднемесячной заработной платы в Минске и средней по стране составило в 2012 г. 1,25 раза. Из областей по оплате труда лидирует Минская, за ней следует Гомельская область. Самой низкой была оплата труда в Брестской, Гродненской и Витебской областях. Соотношение заработной платы Минской и Брестской областей в 2012 г. составляло 1,15 раза, Минска и Брестской области – 1,44 раза. На дифференциацию оплаты труда по областям оказывают влияние, во-первых, более высокий уровень оп-

латы труда на предприятиях, расположенных в столице или близко к ней, что отражается высокими значениями заработной платы в Минске по всем отраслям экономики, кроме горнодобывающей, где лидером в оплате труда является Гомельская область. Во-вторых, расположение производственных мощностей по регионам и соответствующие различия структуры занятости населения. Так, Гомельская и Витебская области, а также Минск наиболее развиты индустриально. Здесь объем промышленного производства в среднем на одного занятого по области в 1,5 раза выше, чем по республике. Брестская, Минская и Гродненская области – аграрные регионы. В результате более высокий уровень оплаты труда в промышленности по сравнению с сельским хозяйством приводит к высокому среднему уровню оплаты труда в индустриально развитых регионах. Минская область, которая находится на втором месте по уровню оплаты труда среди областей республики, ощущает влияние, во-первых, близкого расположения к столице, что отражается в высокой заработной плате на ее сельскохозяйственных предприятиях. Во-вторых, в этой области располагаются города с предприятиями, являющимися крупнейшими мировыми производителями: Солигорск (ОАО «Беларуськалий») и Жодино (ОАО «БелАЗ»).

Второй по значимости источник доходов населения – трансферты населению (пенсии, пособия, стипендии, пособия по безработице). Средний размер назначенных пенсий практически не различается по областям и Минску. Вместе с тем демографическая нагрузка в стране распределена неравномерно. Наименьший удельный вес населения моложе и старше трудоспособного возраста приходится на Минск. Поскольку среднемесячная пенсия составляет всего 51,3% среднемесячной заработной платы, то низкая демографическая нагрузка в столице приводит к более высокому уровню доходов в среднем на душу населения.

Также к факторам, влияющим на уровень среднедушевых доходов, относятся экономическая активность населения и уровень безработицы.

Таким образом, согласно таблице все описанные выше различия отражаются в структуре доходов населения. Отличия в структуре по регионам позволяют отметить влияние более высокого уровня оплаты труда в Минске и Минской области, а также более высокую индивидуальную активность в виде доходов от предпринимательской и иной деятельности, приносящей доход в Брестской и Гродненской областях и Минске. Наиболее низкая демографическая нагрузка на население наблюдается в Минске и проявляется в низкой доле трансфертов населению в структуре доходов населения.

Состав денежных доходов населения по областям и Минску в 2012 г., % к итогу

Виды доходов	Республика Беларусь	Область						г. Минск
		Брестская	Витебская	Гомельская	Гродненская	Минская	Могилевская	
Оплата труда	63,9	60,9	62,8	62,2	62,9	64,8	62,5	67
Доходы от предпринимательской и иной деятельности, приносящей доход	10,5	11,2	10	8,9	10,8	9,4	9,9	11,6
Трансферты населению	20,7	23,4	23,3	25	21,3	21,5	23,3	15,1
Доходы от собственности	3,8	2,7	2,8	3	2,7	2,8	3,1	6,1
Прочие доходы	1,1	1,8	1,1	0,9	2,3	1,5	1,2	0,2

Анализ взаимосвязи дифференциации цен с дифференциацией доходов и расходов населения показывает, что незначительная положительная взаимосвязь между оплатой труда (покупательной способностью основной части населения) и ценами присутствует только по ограниченному перечню товаров (до 0,2 – очень слабая корреляция; от 0,2 до 0,5 – слабая; от 0,5 до 0,7 – средняя): хлеб (0,629), мучные изделия (0,263), мука пшеничная (0,527), молоко (0,521), масло животное (0,604), яйца (0,418), сахар и кондитерские изделия (0,496), табачные изделия (0,697), обувь (0,195), строительные материалы (0,491), моющие средства (0,671).

Цены на некоторые товары отрицательно связаны с уровнем оплаты труда. К таким товарам относятся сметана (–0,221), свинина (–0,196), птица (–0,526), кофе, чай, какао (–0,480), фото- и кинооборудование (–0,0218), бытовые электроприборы (–0,755), хозяйственные товары (–0,57). Обратная зависимость данных категорий товаров интерпретируется как сокращение потребления при росте цен.

Высокая взаимосвязь между оплатой труда и ценами наблюдается по продовольственным товарам в целом (0,897), продуктам питания (0,892), хлебопродуктам и крупам (0,936), бобовым (0,887), макаронным изделиям (0,759), молоку и молочным продуктам (0,906), сырам (0,854), другим молочным продуктам (0,942), мясу и мясопродуктам (0,824), говядине (0,961), колбасам и мясокопченостям (0,758), другим мясным продуктам (0,776), другим продуктам питания

(0,805), рыбе и рыбопродуктам (0,861), маслу растительному, маргарину, жирам (0,937), картофелю (0,946), овощам (0,916), фруктам (0,925), безалкогольным напиткам (0,847), прочим продуктам (0,867), алкогольным напиткам (0,877), а также непродовольственным товарам в целом (0,884), одежде (0,725), тканям (0,855), предметам личной гигиены (0,942), мебели (0,756), товарам культурно-бытового назначения (0,840), телерадиотоварам (0,712), носителям аудио-, видеоинформации (0,825), печатным изданиям (0,778), посуде (0,745), коврам и напольным покрытиям (0,897), текстильным изделиям (0,839).

Стоит отметить, что доля товаров, цены на которые реагируют на уровень покупательной способности населения, довольно высокая.

Взаимосвязь дифференциации потребительских цен и структуры потребительских расходов населения на уровне областей и Минска наблюдается незначительно. Так, низкая доля расходов на хлеб и хлебобулочные изделия, сахар и кондитерские изделия в Минске по сравнению с областями связана в основном с предпочтениями населения, имеющего более высокие доходы и расходующего больше средств (чем в среднем по республике) на покупку овощей и бахчевых, фруктов и ягод, а также питание вне дома. Причем большие расходы на эти товары не связаны с ценами. Указанные отличия структуры расходов населения на продукты питания присущи лишь Минску, заметно отличающемуся от областей по уровню среднедушевых доходов. Различия структуры расходов между областями невелики.

Таким образом, дифференциация цен в регионах складывается под воздействием объективных факторов. В рыночной экономике с участием государства нельзя обеспечить единые цены, поскольку это приведет к убытку субъектов хозяйствования и возникновению перекосов в экономике. Поэтому необходимо применять дифференцированный подход в ценообразовании регионов.

Список литературы

1. **Об утверждении** программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 гг. : Указ Президента Респ. Беларусь № 136 от 11 апр. 2011 г. // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2013.

2. **Региональная** дифференциация цен, доходов населения Беларуси и проводимая экономическая политика / А. В. Готовский [и др.] ; под науч. ред. А. В. Готовского. – Минск : Юнипак, 2006. – 136 с.

Т. Я. Смолякова (t-tanja@bk.ru),
магистрант

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ОБЪЕДИНЕНИЯ «БЕЛОРУССКОЕ ТОВАРИЩЕСТВО ИНВАЛИДОВ ПО ЗРЕНИЮ» РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В данной статье рассмотрены основные проблемы развития предприятий общественного объединения «Белорусское товарищество инвалидов по зрению» Республики Беларусь. Проанализированы особенности реабилитационной работы и безбарьерной среды жизнедеятельности инвалидов по зрению в системе ОО «БелТИЗ». Проведен анализ одного из предприятий объединения – ПЧУП «Светотехника» ОО «БелТИЗ» г. Гомеля, в ходе которого выявлены и обозначены проблемные аспекты и предложен ряд конкретных мер по их устранению.

This article describes the basic problems of development of public association “Belarusian Association of visually impaired people” of the Republic of Belarus. Peculiarities of rehabilitation work and living environment visually handicapped in the system PA “BelTIZ”. The analysis of a company-union PPUE “Lighting Equipment” PA “BelTIZ”, Gomel, during which identified and fixed the problematic aspects of the company and proposed a number of concrete measures to eliminate them.

Общественное объединение «Белорусское товарищество инвалидов по зрению» (ОО «БелТИЗ») – добровольное самоуправляемое объединение граждан, объединившихся в установленном законодательством порядке на основе общности интересов для совместной реализации гражданских, социальных, культурных и иных прав.

Свою деятельность ОО «БелГИЗ» осуществляет в соответствии с Конституцией Республики Беларусь, Законом Республики Беларусь «Об общественных объединениях», иными актами законодательства, а также уставом общества.

Общественное объединение «Белорусское товарищество инвалидов по зрению» – республиканское общественное объединение, членами которого являются более 16 тыс. чел. Это инвалиды по зрению с различной степенью утраты здоровья, а также люди, которые принимают активное участие в деятельности ОО «БелГИЗ».

Объединение организуется по территориально-производственному принципу и состоит из первичных и областных организаций. Первичные организации объединяют неработающих членов ОО «БелГИЗ», проживающих в данном районе, городе или нескольких смежных районах. Областные организации объединяют первичные организации ОО «БелГИЗ», находящиеся на территории области, координируют и направляют их работу. Руководство осуществляет центральное правление. В ОО «БелГИЗ» есть свой гимн и своя эмблема.

Для решения задач по комплексной реабилитации инвалидов в системе ОО «БелГИЗ» создано и успешно работает 15 частных унитарных предприятий и 6 филиалов, выпускающих продукцию 3,5 тыс. наименований – от фильтров для автотракторной техники до зубочисток. Для данного типа предприятий существуют значительные льготы, такие как семичасовой рабочий день и более низкая норма выработки, а также они освобождаются от уплаты ряда налогов. Важнейшую роль в данной деятельности играет комплексная реабилитация, включающая три основных направления реабилитации – медицинскую, социальную и профессиональную реабилитацию.

Цель реабилитационной работы в ОО «БелГИЗ» на современном этапе социально-экономического развития государства и общества – повышение качества жизни инвалидов по зрению посредством организации и осуществления совместно с органами власти, государственными и негосударственными организациями, учреждениями, предприятиями комплексной реабилитации и интеграции лиц с нарушением зрения, создания безбарьерной среды жизнедеятельности, позволяющей им восстановить социальный статус, повысить уровень материального благосостояния, адаптироваться в обществе, а также защиты их гражданских, экономических, политических и других прав и свобод, формирования адекватного общественного мнения о людях с нарушением зрения.

ОО «БелГИЗ» при ведении работы, направленной на достижение стратегической цели (повышение качества жизни инвалидов по зрению), руководствуется уставом, решениями съездов и пленумов центрального правления ОО «БелГИЗ» и другими локальными нормативными актами, а также законодательством Республики Беларусь и международными правовыми документами, ратифицированными Республикой Беларусь. При этом большую роль играют собственный многолетний опыт, достижения науки и международный опыт реабилитационной работы.

Создание доступной для инвалидов среды жизнедеятельности – составная часть социальной политики любого государства, практические результаты которой призваны обеспечить инвалидам равные с другими гражданами возможности во всех сферах жизни. Международные договоренности и национальные законодательства диктуют необходимость создания условий, при которых возможны наиболее полное развитие способностей своих граждан, имеющих инвалидность, и их максимальная интеграция в общество. Основным критерий оценки такой политики – доступность для инвалида физической среды, включающий жилье, транспорт, образование, работу и культуру, а также доступность информации и каналов коммуникации.

Создание безбарьерной среды жизнедеятельности инвалидов по зрению – одно из приоритетных направлений в работе общественного объединения «Белорусское товарищество инвалидов по зрению». Согласно Концепции социально-экономического развития ОО «БелГИЗ» на 2011–2015 гг. (пункт 4.3), утвержденной постановлением XVIII съезда ОО «БелГИЗ» от 3 февраля 2011 г. № 1, организационным структурам и предприятиям ОО «БелГИЗ» следует обеспечить реализацию планов по приведению зданий ОО «БелГИЗ» и прилегающих к ним территорий в соответствие с нормами создания безбарьерной среды, утвержденными центральным правлением 25 августа 2010 г., а также поддержание в функциональном состоянии созданной безбарьерной среды.

Для создания безбарьерной среды необходимо:

- проводить работу по поиску и применению в практической деятельности новых технологий для совершенствования безбарьерной среды в зданиях ОО «БелГИЗ» и прилегающих к ним территориях;
- изучить международный опыт создания безбарьерной среды для инвалидов по зрению и внести предложения в государственные органы по совершенствованию этой работы в Республике Беларусь;

- содействовать выполнению Государственной программы по созданию безбарьерной среды жизнедеятельности физически ослабленных лиц на 2011–2015 гг. посредством применения различных мер воздействия на организации (учреждения), ответственные за выполнение мероприятий, затрагивающих интересы инвалидов по зрению: мониторинга, коллективных обращений, участия в работе координационных советов, использования СМИ и других мер, соответствующих законодательству и нормам общепринятой морали.

В 2011 г., несмотря на кризисные явления, ОО «БелТИЗ» по зрению сумело сохранить положительное сальдо между экспортом и импортом. В бюджет только за 2011 г. было уплачено 14 млрд р. Однако уже в 2012 г. на многих предприятиях были получены значительные убытки, что говорит о том, что требуются новые подходы к организации деятельности объединения.

Одно из предприятий данного объединения – ЧУП «Светотехника», которое находится в Гомеле и является основным производственным звеном ОО «БелТИЗ» и производственной базой для профессионального обучения и трудового устройства инвалидов по зрению. ЧУП «Светотехника» – единственный производитель в Республике Беларусь пластмассовых выдувных сидений для учреждений образования и здравоохранения, спортивных и культурно-развлекательных объектов. Также предприятие специализируется на производстве светотехнической продукции, низковольтных комплектных устройств, садово-огородного инвентаря и других хозяйственных товаров. В Мозыре располагается филиал предприятия.

В организации по состоянию на 1 марта 2013 г. работало 554 чел. (427 чел. в ЧУП «Светотехника» ОО «БелТИЗ», 127 чел. в Мозырском филиале ЧУП «Светотехника» ОО «БелТИЗ»), в том числе 302 (или почти 55%) инвалида. На протяжении последних лет в ЧУП «Светотехника» объем производимой и реализуемой продукции вырос более чем в 2,5 раза при росте производительности труда более чем в 3 раза. Иногородним предприятие предоставляет место в общежитии.

Основные проблемы, с которыми ежедневно сталкивается данное унитарное предприятие, типичны для предприятий данного общественного объединения:

- низкий уровень оснащенности современным оборудованием, что приводит к снижению конкурентоспособности выпускаемой продукции, а следовательно, объемов реализации и доли экспортируемой продукции, потере рынков сбыта, росту складских запасов готовой продукции;

- высокая материалоемкость производимой продукции, низкие темпы роста объема производства относительно темпов роста затрат, что привело к значительным убыткам за последний год;

- низкий размер заработной платы работников, приводящий к оттоку молодых специалистов-неинвалидов, высокой текучести кадров (так, если в среднем по Республике Беларусь заработная плата за 2012 г. достигла более 4,1 млн р., то в унитарном предприятии она составляла всего 1,6 млн р., или около 39 % от среднереспубликанской);

- формальное выполнение программы по развитию безбарьерной среды, отсутствие специализированного транспорта, приводящие к значительным трудностям при проезде работников-инвалидов к месту работы, а иногда вынуждающие их поселиться в общежитии или даже отказаться от работы;

- низкая информированность общества о целях деятельности данных предприятий и трудностях, стоящих перед инвалидами по зрению, приводящая к изолированности данной категории людей.

Для выхода из сложившейся ситуации необходимо:

- широкое информирование населения по освещению проблем, стоящих перед инвалидами по зрению, не только среди взрослого населения, но и среди молодежи;

- полное взаимодействие органов власти на разных уровнях с объединением;

- совершенствование законодательной и нормативной баз;

- активизация инвестиционной и инновационной деятельности;

- совершенствование кадровой политики, как важнейшего фактора, определяющего эффективность социально-экономической деятельности объединения;

- изучение рынков сбыта в целях оптимизации структуры выпускаемой продукции и оказываемых услуг и т. д.

Все вышеперечисленные меры помогут привлечь инвесторов, что позволит обеспечить модернизацию и техническое перевооружение предприятий, обновить активную часть основных промышленно-производственных фондов, повысить качество и ассортимент выпускаемых товаров и оказываемых услуг на основе внедрения прогрессивных технологий, увеличить заработную плату. В конечном итоге все это позволит вовлечь в активную жизнь граждан Республики Беларусь с нарушением зрения, обеспечить их социальную и профессиональную реабилитацию, приобщить к общественно полезному труду, образованию, культуре и спорту, т. е. улучшить их уровень жизни.

ФОРМИРОВАНИЕ ФОНДА ЖИЛЫХ ПОМЕЩЕНИЙ КОММЕРЧЕСКОГО (АРЕНДНОГО) ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В статье раскрывается и анализируется формирование государственного жилищного фонда жилых помещений коммерческого использования как одна из форм улучшения жилищных условий и эффективного применения жилищного фонда.

The article explains and analyzes the formation of the state of housing living spaces commercial use as a form of housing improvement and effective use of the housing stock.

Впервые в Жилищном кодексе Республики Беларусь, вступившем в силу 2 марта 2013 г., закреплено понятие жилого помещения коммерческого использования, под которым понимается жилое помещение государственного жилищного фонда, предоставляемое гражданам на условиях договора найма жилого помещения коммерческого использования государственного жилищного фонда [1].

Жилые помещения коммерческого использования предназначаются для предоставления их гражданам, как состоящим на учете нуждающихся в улучшении жилищных условий, так и не состоящим на таком учете, во временное владение и пользование за плату. Создание фонда таких помещений – один из способов решить жилищный вопрос для состоящих на учете нуждающихся, особенно учитывая сокращение объемов льготного кредитования и высокую стоимость коммерческих кредитов.

Фонд жилых помещений коммерческого использования создается из числа свободных жилых помещений государственного жилищного фонда. Источниками финансирования строительства (реконструкции) и приобретения являются: бюджетные средства, средства, полученные от сдачи внаем таких жилых помещений в размере платы за пользование, и иные источники, не запрещенные законодательством. В Беларуси, по данным на 1 апреля 2013 г., насчитывалось 1 132 жилых помещения коммерческого использования, в том числе 281 – в Минске. При этом прибыль от сдачи помещений в аренду за I квартал 2013 г. составила 914 млн р. [2].

По состоянию на 1 января 2013 г. на учете нуждающихся в улучшении жилищных условий в Республике Беларусь состояло 813, 6 тыс. чел., из них в Минске – 259,2 тыс. чел. [3]. Например, на одну арендную квартиру в администрациях районов Минска обычно претендуют около 100 чел. С учетом существующего спроса на жилые помещения коммерческого использования реально претендовать на их получение в Минске могут граждане 1984–1991 гг. постановки на учет [4].

В конце 2011 г. впервые были установлены задания для регионов по строительству в 2012 г. такого государственного жилья.

В 2013–2015 гг. запланировано построить такие помещения в следующих объемах: в 2013 г. – 220 тыс. м², в 2014 г. – 320 тыс. м², в 2015 г. – 460 тыс. м² [5]. Следует отметить, что в 2012 г. введено 190 квартир такого типа, из которых 80 квартир – в Гомельской области [6]. За январь – сентябрь 2013 г. введены 603 квартиры, или 34,2 тыс. м², из которых 140 квартир, или 6,5 тыс. м², – в Гомельской области, 263 квартиры, или 15,8 тыс. м², – в Минске [7].

Размер платы за пользование жилыми помещениями коммерческого использования определяется исходя из размера базовой ставки платы за пользование такими жилыми помещениями, устанавливаемой Советом Министров Республики Беларусь, с применением коэффициентов, определяемых облисполкомами и Минским горисполкомом в зависимости от степени благоустройства и места нахождения жилых помещений [8].

Базовая ставка платы за пользование жилыми помещениями коммерческого использования установлена в размере 0,2 базовой величины на 1 м² общей площади жилого помещения в месяц [9].

Плата в месяц за пользование жилым помещением коммерческого использования общей площадью 60 м², расположенным в Минске в первой экономико-планировочной зоне, составит 2 340 000 р., в третьей зоне – 1 560 000 р., в пятой – 780 000 р. В Гомеле же плата составляет 1 560 000 р. В декабре 2013 г. средняя ставка аренды двухкомнатных квартир в Минске состав-

ляла 497 долл. США [10] или 4,7 млн р. по среднему официальному курсу белорусского рубля по отношению к доллару, установленному в декабре.

На основании расчетов видно, что плата за пользование жилыми помещениями на рынке частной недвижимости выше, чем плата за пользование жилыми помещениями коммерческого использования.

Средства, полученные от сдачи жилых помещений, незначительны по сравнению с государственными затратами на создание объекта найма. Арендную плату следует устанавливать в зависимости от стоимости 1 м² данного жилья и сроков его окупаемости [11]. При этом стоимость 1 м² каждого конкретного жилого объекта известна, а вот за срок окупаемости можно принять общий срок возврата льготного кредита на строительство жилья – 20 лет. Объем строящегося коммерческого жилья в 2014 г. составляет 320 тыс. м². Государство намерено затратить на строительство 2 258,3 млрд р. [12]. Таким образом, 1 м² жилья такого рода обойдется государству примерно в 7,1 млн р. При окупаемости за 20 лет, как минимум 29 400 р. необходимо платить в месяц за 1 м², т. е. за квартиру площадью 60 м² – 1,76 млн р. в месяц, или 21,17 млн р. в год.

Ввод в оборот 220 тыс. м² в 2013 г. в качестве арендного жилья составляет всего 0,08% об общего количества запланированного ввода жилья. Поэтому необходимо создавать и развивать механизмы стимулирования формирования фонда жилых помещений коммерческого (арендного) использования.

В целом закрепление на законодательном уровне новой разновидности жилых помещений государственного жилищного фонда свидетельствует о расширении работы по совершенствованию нормативно-правовой базы в жилищной сфере с учетом всех заслуживающих внимания факторов, присущих нынешней экономической и социальной ситуации в стране. Наличие в государственном (коммунальном и республиканском) жилищном фонде сектора жилых помещений коммерческого использования расширит возможности обеспечения граждан жильем (в частности тех, кто не имеет оснований получить его по договору найма жилого помещения социального пользования государственного жилищного фонда и не располагает средствами для приобретения жилья в собственность).

Строительство арендных домов в Республике Беларусь – перспективное направление, которое будет способствовать наращиванию жилищного фонда и улучшению жилищных условий с учетом дифференцированного подхода к семьям с различными экономическими возможностями, а также позволит государству легализовать и упорядочить рынок аренды, частично решить жилищную проблему, сократить часть расходов по эксплуатации данного жилья, более эффективно использовать жилищный фонд, а также повысит общую мобильность трудовых ресурсов в государстве, что ускорит развитие регионов и благотворно повлияет на экономику страны в целом. Однако следует учесть, что наличие наемного жилого фонда в населенном пункте должно определяться исходя из предполагаемой потребности, а объемы строительства в городах – исходя из территориальных возможностей и развития необходимой инфраструктуры.

Список литературы

1. **Жилищный** кодекс Республики Беларусь // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2012. – № 2/1980.
2. **Цена** аренды неприватизированного жилья будет ниже ныне действующих ставок // Новости Беларуси: белорусское телеграфное агентство [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.belta.by/ru/all_news/economics/Tsena-arendy-nprivatizirovannogo-zhilja-budet-nizhe-nyne-dejstvujuschix-stavok_i_635331.html. – Дата доступа : 08.01.2014.
3. **О количестве** граждан (семей), состоящих на учете нуждающихся в улучшении жилищных условий, получивших жилье и улучшивших жилищные условия в 2012 г. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2013. – 34 с.
4. **Вишневская, С. Г.** Формирование и использование государственного фонда жилья коммерческого найма в Республике Беларусь / С. Г. Вишневская // Жилищная политика и жилищное строительство : материалы междунар. форума, Минск, 13–15 нояб. 2013 г. / М-во архитектуры и строительства Респ. Беларусь. – Минск, 2013. – С. 39–42.
5. **О некоторых** вопросах строительства жилых помещений : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 28 июня 2013 г. № 570 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2013. – № 5/37508.

6. **О выполнении** заданий по жилищному строительству за январь – декабрь 2012 г. : стат. бюл. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2013. – 40 с.
7. **О выполнении** заданий по жилищному строительству за январь – сентябрь 2013 г. : стат. бюл. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2013. – 39 с.
8. **О некоторых** вопросах использования государственного жилищного фонда : Указ Президента Респ. Беларусь от 8 нояб. 2011 г. № 512 (в ред. от 8 янв. 2013 г.) // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2011. – № 1/13062.
9. **О некоторых** мерах по реализации Указа Президента Республики Беларусь 8 нояб. 2011 г. № 512 : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 27 дек. 2011 г. № 1739 (в ред. от 27 дек. 2011 г.) // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2011. – № 5/35004.
10. **Обзор** рынка аренды квартир в Минске за декабрь 2013 года // Информационно-аналитический портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://realt.by/news/monitoring/article/13096/>. – Дата доступа : 09.01.2014.
11. **К вопросу** о стоимости государственных жилых помещений коммерческого использования: мнение читателя // Недвижимость Белоруссии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.nb.by/publications/archive/2012/2/*266. – Дата доступа : 08.01.2014.
12. **О мерах** по выполнению заданий на 2014 г. по строительству жилых домов : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 31 дек. 2013 г. № 1191 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2013. – № 5/38282.

Р. А. Шишков (fantom_of_gomel@mail.ru),
магистрант

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

В условиях инновационной экономики особое значение приобретают пути повышения эффективности управления персоналом. Вопросы обоснования необходимой численности персонала, формирования эффективной системы подбора, найма и расстановки кадров, обеспечения их занятости с учетом интересов производства и самого работника, создания системы вознаграждения за труд по его мотивации, учета индивидуальных проблем работников, улучшения их бытовых условий и отдыха весьма актуальны в современных условиях хозяйствования. Повышение интереса к человеческому фактору обусловило разработку теории и практики эффективного управления персоналом.

In the innovation economy are particularly important issues of efficiency of personnel management. Questions to justify the necessary staffing, effective system of selection, recruitment and placement, to ensure their employment in the interests of production and the worker; system of remuneration for work on his motivation, taking into account individual problems of workers, improving their living conditions and recreation are very relevant in today's economic conditions. Increased interest in human factors determined the development of the theory and practice of effective personnel management.

Успешное функционирование субъектов хозяйствования в условиях инновационной экономики в большой степени зависит от эффективности управления персоналом.

Рассматривая трудовые отношения, следует отметить, что это многоаспектная система взаимоотношений между государством, организацией и работниками. Они фактически охватывают все социально-экономические отношения, возникающие в процессе подготовки к труду, в течение осуществления и после прекращения трудовой деятельности.

Опыт многих зарубежных фирм и компаний за последнее десятилетие показал, что там, где коренным образом изменились человеческие взаимоотношения, в значительной степени повысилась производительность труда, улучшились качество продукции и финансовое состояние организаций.

В Программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 гг. определены цель и приоритеты социально-экономического развития страны. Главная цель – рост благосостояния и улучшение условий жизни населения на основе совершенствования социально-экономических отношений, инновационного развития и повышения конкурентоспособности национальной экономики. Реализация программы предусматривает повышение реальных располагаемых денежных доходов населения в 2015 г. по отношению к уровню 2010 г. в 1,7–1,76 раза. Поступательный рост заработной платы будет обеспечен путем предоставления

широких прав субъектам хозяйствования в выборе форм и систем оплаты труда, а также установления прямой зависимости заработной платы от показателей эффективности производства, качества и производительности труда [1].

Усиление социальной направленности экономики проявляется, прежде всего, в решении насущных проблем, в том числе развитии торговли, строительстве жилья и других социально-бытовых и культурных объектов, преобразовании содержания и условий труда, укреплении здоровья.

Реализация направлений социальной политики государства проявляется в результатах развития экономики Республики Беларусь за 10 месяцев 2013 г.

По итогам за данный период рост производительности труда составил 102,3%, опередив динамику валового внутреннего продукта. В то же время отставание от прогноза (109,3%) по-прежнему существенное. На высоком уровне сохраняется рост доходов населения. За 9 месяцев текущего года реальные располагаемые денежные доходы населения увеличились на 18,1%. Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата в целом по республике составила в октябре 2013 г. 5 477,6 тыс. р. (на 1,9% больше, чем в сентябре 2013 г.). В долларовом выражении заработная плата в октябре составила 598 долл. США. По-прежнему сохраняется значительный разрыв в темпах роста производительности труда и реальной заработной платы – 15,6 процентного пункта в январе – октябре 2013 г. Опережающий рост реальной заработной платы по отношению к производительности труда обеспечивается в ущерб финансовой эффективности предприятий. За 9 месяцев 2013 г. было недополучено чистой прибыли на 23 трлн р., или 37,8% по отношению к уровню 2012 г. [2].

Данные тенденции требуют иного подхода к управлению персоналом на основе активизации человеческого фактора, формирования и использования интеллектуального потенциала человека. Отличительной чертой управления персоналом в современных условиях является интеграция всех аспектов работы с человеческими ресурсами, всех стадий их жизненного цикла с момента подбора до выплаты пенсионного вознаграждения.

Управление персоналом в организации предполагает использование таких взаимосвязанных элементов, как отбор кадров, оценка профессиональной деятельности, обучение и повышение квалификации. При отборе и принятии на работу новых сотрудников необходимо:

- четко определить требования к объему и качеству выполняемой работы;
- принять решение об источниках пополнения трудового потенциала (внутри организации или на рынке труда);
- сделать выбор из полученных заявок и определить дату собеседования;
- определить кандидата на основе собеседования, тестов и рекомендаций.

Оценка профессиональной деятельности производится:

- для повышения эффективности деятельности организации путем оптимального использования труда персонала;
- для выявления сотрудников, способных выполнять более ответственную работу, реализации их потенциала;
- для оказания помощи самосовершенствованию сотрудников, поощрения стремления к профессиональному росту;
- для повышения заработной платы, ее соответствия возросшему профессиональному уровню.

Результатом оценки работы сотрудника становится либо вознаграждение, либо принятие мер по обучению и повышению квалификации. Обучение и повышение квалификации важны по ряду причин – изменение характера труда, потребности в специалистах, структурные изменения во многих областях экономики и др.

Заинтересованность персонала в повышении качества работы – важнейшее условие успешного функционирования организации. Для этого следует находить формы и методы увязки целей организации с коллективными и личными интересами персонала.

Повышение эффективности использования персонала зависит также от достижения оптимального соотношения темпов роста производительности труда и заработной платы, что является составной частью стратегического курса на ускорение развития организации.

С ростом производительности труда заработная плата должна возрастать в такой степени, чтобы сохранилось ее стимулирующее влияние. К факторам, увеличивающим степень опережения роста производительности труда по сравнению с оплатой труда, относятся внедрение прогрессивных технологий, модернизация и реконструкция действующего оборудования, рост фондовооруженности, совершенствование технологических процессов, сокращение затрат труда, повышение эффективности использования экономических ресурсов.

При формировании кадровой политики в организации следует основываться на принципах, определенных в работах многих отечественных и зарубежных авторов. Так, М. Х. Мескон отмечал, что высокое качество трудовой жизни должно характеризоваться следующим образом:

- работа должна быть интересной;
 - рабочие должны получать справедливое вознаграждение и признание своего труда;
 - рабочая среда должна быть чистой, с низким уровнем шума и хорошей освещенностью;
 - надзор со стороны руководства должен быть минимальным, но его необходимо осуществлять всегда, когда в этом возникает необходимость;
 - рабочие должны принимать участие в принятии решений, затрагивающих их работу;
 - должны быть обеспечены гарантия работы и развитие дружеских взаимоотношений с коллегами.
- должны быть обеспечены средства бытового и медицинского обслуживания [3].

Учет данных принципов при управлении персоналом позволит сформировать трудовой коллектив, характеризующийся общностью целей, стремлением к сотрудничеству и взаимопомощи, общей заинтересованностью в результатах работы коллектива и организации, взаимной требовательностью и ответственностью каждого работника.

Список литературы

1. **Основные** положения Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 гг. : утв. Указом Президента Респ. Беларусь от 11 апреля 2011 г. № 136 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2009.

2. **Выполнение** важнейших параметров прогноза социально-экономического развития Республики Беларусь по итогам десяти месяцев 2013 г. // М-во экономики Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.economy.gov.by/ru/macroeconomy/analiz_vypolnenia_parametrov.

3. **Мескон, М. Х.** Основы менеджмента : [пер. с англ.] / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело, 1992. – 702 с.

Н. И. Шпаньков (nikita.shpon@yandex.by),
магистрант

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ВЛИЯНИЕ БИЗНЕС-ПЛАНА НА КОНЕЧНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ СООО «ИНГМАН МОРОЖЕНОЕ»)

В данной статье были рассмотрены сущность и значение процессов бизнес-планирования как для конкретной организации, так и в целом для экономики страны. Рассмотрены международные стандарты и методы, применяемые при разработке и составлению бизнес-плана. Рассмотрена эволюция развития бизнес-плана в Республике Беларусь с начала 1990 г. до настоящего времени, отображена нормативная база, регулирующая процесс составления бизнес-плана. На примере конкретной организации показан эффект от использования в своей деятельности как бизнес-плана, так и процессов бизнес-планирования.

The article deals with the fundamental essence and importance of business planning process for either an individual company or the economy of the whole country.

Here we envisage the international standards and methods taken for developing and drawing up business plans. The evolution of business planning in the Republic of Belarus from early 1990s till present time was taken into account. The state regulations as to drawing up business plans are reflected here as well. The positive effect of using business planning for the company named below is shown herewith.

Процесс вхождения экономики в систему рыночных коммуникаций, деятельность хозяйственных субъектов в условиях постоянно меняющейся конкурентной среды требуют от каждой организации постоянного совершенствования своей работы. Она вынуждена искать такие формы и модели планирования, которые обеспечивали бы максимальную эффективность принимаемых решений. И здесь неопределимую помощь оказывает процесс бизнес-планирования, который позволяет проанализировать весь комплекс будущих операций.

Именно на основе планирования дальнейшего поведения своей деятельности организация получает реальную возможность минимизировать внутренние и часть внешних рисков, сохранить гибкость управления производством. Перед ней встает задача создания бизнес-плана. От грамотности составления бизнес-плана зависят развитие организации, завоевание новых позиций на рынке, где она функционирует, привлечение потенциальных партнеров. Эффективная деятельность организаций способствует дальнейшему развитию отраслей, что приводит к улучшению благосостоянию населения, повышению числа рабочих мест, увеличению экспорта продукции, импортозамещению, пополнению местных бюджетов государства, что непосредственно влияет на экономику Республики Беларусь в целом.

Мировой опыт свидетельствует о том, что бизнес-план – общепринятый в большинстве стран с развитой рыночной экономикой документ. В Беларуси понятие бизнес-плана появилось в начале 1990 г. и с тех пор прошло своеобразную эволюцию. Первоначально бизнес-план рассматривался как инструмент, позволяющий привлечь иностранные инвестиции. На сегодняшний же день необходимость составления бизнес-плана осознана на государственном уровне. В настоящее время он все чаще становится продуктом управленческой деятельности.

Организации терпят убытки потому, что не предусмотрели или неправильно спрогнозировали изменения внешней среды и не оценили свои возможности.

Приведем статистические данные. Так, общее количество дел об экономической несостоятельности (банкротстве), находящихся в производстве хозяйственных судов по состоянию на 1 февр. 2013 г., составило 1 569 дел, из которых количество дел об экономической несостоятельности (банкротстве) организаций частной формы собственности составляет 1 532, т. е. 97,6% от общего количества дел данной категории.

В производстве Хозяйственного суда Минска находится 52,6% от общего числа дел об экономической несостоятельности (банкротстве), т. е. 826 дел. Данный процент в большинстве своем формируется за счет дел об экономической несостоятельности (банкротстве) организаций частной формы собственности [1].

В настоящее время Республика Беларусь проходит качественно новый этап социально-экономического развития. Суть его заключается в том, что государство осуществляет постепенный переход к максимально широкому использованию рыночных механизмов и методов управления экономикой. Государство, осознав необходимость бизнес-планирования для экономики в целом, пытается на законодательном уровне повысить его эффективность.

Основопологающей нормативной базой по разработке бизнес-планов субъектами хозяйствования стали:

- постановление Совета Министров Республики Беларусь от 8 августа 2005 г. № 873 «О прогнозах, бизнес-планах развития и бизнес-планах инвестиционных проектов коммерческих организаций»;
- правила по разработке бизнес-планов, утвержденные постановлением Министерства экономики Респ. Беларусь от 31 августа 2005 г. № 158.

Описательная часть бизнес-плана может состоять из следующих основных разделов:

- резюме;
- характеристики организации и стратегии ее развития;
- описания продукции, анализа рынков сбыта и стратегии маркетинга;
- производственного плана;
- организационного плана;
- инвестиционного и инновационного плана;
- прогнозирования финансово-хозяйственной деятельности;
- показателей эффективности проекта [2].

Также на международных инвестиционно-финансовых рынках выработаны определенные стандарты и методики подготовки бизнес-планов:

- стандарты UNIDO (Организации Объединенных Наций) (сосредоточение на борьбе с нищетой путем повышения производительности в странах с переходной экономикой);
- стандарты Европейского банка реконструкции и развития;
- Методика BFM Group (Bureau of Financial Modeling);
- стандарты KPMG (одна из крупнейших в мире сетей, оказывающих профессиональные аудиторские услуги);
- стандарты BP-Start UP (стандарт бизнес-плана, наиболее подходящий для компаний с короткой историей деятельности или отдельных проектов на стадии идеи) [3].

В качестве примера, подтверждающего эффективное воздействие процессов бизнес-планирования, рассмотрим деятельность СООО «Ингман мороженое».

Основной вид деятельности СООО «Ингман мороженое» – производство мороженого, которое преимущественно реализуется на рынке Гомеля и Гомельской области. Часть продукции реализуется в Российской Федерации.

Бизнес-план данной организации состоит из таких разделов, как:

- резюме;
- характеристика организации и стратегия ее развития;
- анализ рынков сбыта;
- стратегия маркетинга;
- факторы риска.

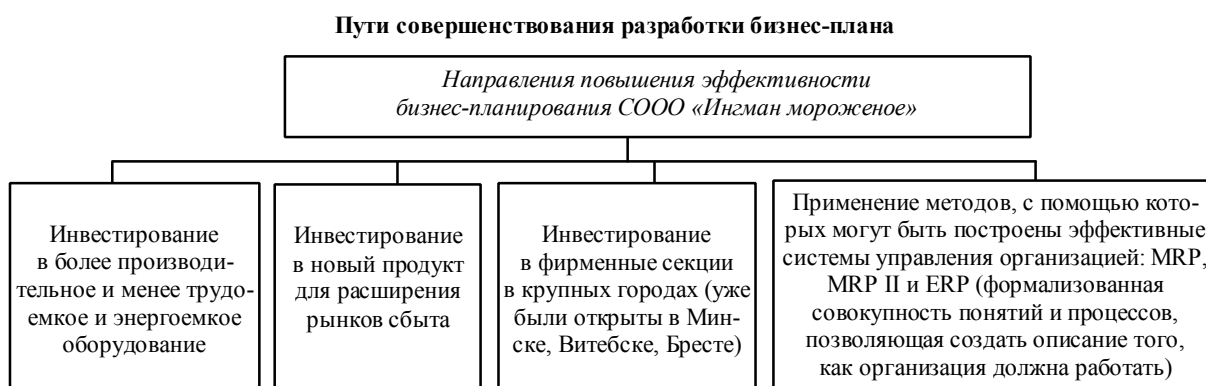
Стоит отметить, что СООО «Ингман мороженое», используя разработанные процессы бизнес-планирования, а также осуществляя эффективное руководство и грамотную маркетинговую и сбытовую политику, постоянно наращивает объемы производства и реализации продукции (в том числе увеличения экспорта), что отражает таблица.

Динамика объема производства продукции по СООО «Ингман мороженое» за 2010–2012 гг.

Показатели	2010	2011	2012	Темп роста, %, или отклонение (+; –)	
				2011 г. по отношению к 2010 г.	2012 г. по отношению к 2011 г.
Объем производства продукции, т	2 289	2 622	2 626	114,56	100,15
Объем производства продукции, всего, млн р.	22 428	39 246	72 996	174,99	186
В том числе продукция, поставленная на экспорт:					
сумма, млн р.	1 830	3 729,4	6 318,4	203,8	169,4
удельный вес по отношению к общему объему, %	8,16	9,5	8,66	1,34	–0,85

Спецификой производства данной организации является сезонность спроса на продукцию. В связи с этим в период с октября по март производственный потенциал организации используется слабо. Поэтому разработка организацией процессов бизнес-планирования обусловлена необходимостью поиска различных возможностей для увеличения эффективности своей деятельности (привлечения новых партнеров, инвесторов, рынков сбыта).

Возможные пути совершенствования бизнес-планирования данной организации можно представить в виде рисунка.



Стоит заметить, что в СООО «Ингман мороженое», как и у любой организации, существовал ряд проблем. В основном проблемы касались технического, транспортного и хозяйственного состояния, а также оснащения организации. В настоящее время эти проблемы решаются с помощью инвестиций, полученных на основании инвестиционного проекта, и в ходе бизнес-планирования. Для обеспечения стабильности, сохранения гарантий, получения установленных законодательством льгот и преференций для инвестора при осуществлении инвестиционной деятельности, направленной на развитие СООО «Ингман мороженое», 7 декабря 2009 г. иностранный инвестор инициировал подписание с Республикой Беларусь инвестиционного договора сроком на 3,5 года для реализации инвестиционного проекта модернизации и технического перевооружения производственных и складских мощностей СООО «Ингман мороженое», подразумевавшего строительство и ввод в эксплуатацию нового производственного оборудования, модернизацию и техническое перевооружение производственных мощностей организации, производство новых видов продукции.

Указанный инвестиционный проект имеет важное значение для экономики Республики Беларусь, так как направлен на модернизацию производства, обеспечение соответствия уровня производства современным стандартам, рост качества существующих и внедрение новых продуктов, выход на новые рынки сбыта. В связи с вышесказанным можно заметить, что данный проект является актуальным и соответствует стратегии развития организации.

Так, в соответствии с заключенным инвестиционным договором объем инвестиций должен составить не менее 3 500 909 долл. США, включая 3 300 909 долл. США собственных средств инвестора, вносимых в качестве вклада в уставный фонд общества, и 200 000 долл. США собственных средств инвестора, предоставляемых обществу в форме займа.

Экономический эффект от реализации проекта предусматривает производство экспортных видов продукции. Реализация его позволила увеличить приток экспортной выручки с 42 тыс. долл. США в 2008 г. до 1 400 тыс. долл. США в 2013 г.

Налоговые поступления в бюджет увеличились с 915 тыс. долл. США в 2008 г. до 1 900 тыс. долл. США в 2013 г. Ввод дополнительных мощностей обеспечил создание не менее 24 новых рабочих мест. Производство новых видов продукции позволило частично удовлетворить потребность республики в тех видах продукции, которые в настоящее время импортируются. Запас производственной мощности позволил нарастить выпуск продукции более чем на 15%. Новое холодильное и производственное оборудование работает на фреоне вместо аммиака. Экономия средств на его обслуживание составила до 210 тыс. долл. США ежегодно. Снижение энергоёмкости продукции за счет введения котельной составило экономию до 160 тыс. долл. США.

В заключение стоит отметить, что бизнес-план – относительно новое явление для белорусской экономики в переходный период к рыночным отношениям. В новых условиях необходима детальная характеристика будущей организации, анализ проблем, с которыми она может столкнуться, а также определение способов решения этих проблем. Надо признать, что бизнес-план не является панацеей от всех недугов организации. Благополучие как организации, так и государства зависит от множества внешних и внутренних факторов. На наш взгляд, разработанные в настоящее время государством нормативные акты, требования к составлению бизнес-планов, меры по ужесточению подходов к разработке и экспертизе бизнес-планов играют большую роль для развития организации (и в целом экономики) и привлечения инвестиций.

Список литературы

1. **Справка** по делам об экономической несостоятельности (банкротстве) // Высший Хозяйственный Суд Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://court.gov.by/online-help/bankruptcy/>. – Дата доступа : 01.12.2013.

2. **О утверждении** правил по разработке бизнес-планов инвестиционных проектов : постановление М-ва Экономики Респ. Беларусь от 31 авг. 2005 г. № 158 // Консультант-Плюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2013.

3. **Бизнес-планирование** // Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Бизнес-планирование>. – Дата доступа : 01.12.2013.

Е. Н. Яковлева (yenm2a@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент,
доцент кафедры экономики и управления

Вологодский институт бизнеса
г. Вологда, Российская Федерация

АНАЛИЗ ЭКОЛОГИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ ПО ДАННЫМ СТАТИСТИЧЕСКОГО УЧЕТА (НА ПРИМЕРЕ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ)

В статье раскрывается значение статистического учета в оценке экологизации экономического развития регионов Российской Федерации, выполнен корреляционный анализ экономических, социальных и экологических данных Вологодской области, обоснована необходимость совершенствования статистического учета как информационной базы перехода российских регионов к «зеленой» экономике.

The article explains the meaning of the statistical systems in the assessment of ecological economic development of regions of the Russian Federation. The correlation analysis of economic, social and ecological data of the Vologda region is made. Need of improvement of the statistical account as information base of transition of the Russian regions to “green” economy is proved.

Утвержденные Президентом Российской Федерации «Основы государственной политики в области экологического развития Российской Федерации на период до 2030 г.» от 30 апреля 2012 г. [1] указывают на необходимость обеспечения экологической безопасности при модернизации экономики и в процессе инновационного развития. Стратегической целью государственной политики в области экологического развития является решение социально-экономических задач, обеспечивающих экологически ориентированный рост экономики, сохранение благоприятной окружающей среды, биологического разнообразия и природных ресурсов для удовлетворения потребностей нынешнего и будущих поколений, реализации права каждого человека на благоприятную окружающую среду, укрепления правопорядка в области охраны окружающей среды и обеспечения экологической безопасности.

Возрастающее внимание к экологическим проблемам повысило спрос на статистические данные, характеризующие состояние окружающей природной среды и воздействие на нее человеческого общества. Статистика по природоохранной деятельности призвана сыграть ключевую роль в осознании обществом серьезности экологических проблем, необходимости учета их в экономическом прогнозировании и дальнейшем развитии. Экологические службы контролируют состояние окружающей среды, информируют общество о происходящих процессах в этой области. Однако реальная переориентация на путь устойчивого развития может произойти лишь тогда, когда каждый вид деятельности будет ориентирован не только на достижение роста и экономической эффективности, но и на экологическую безопасность [2].

В Российской Федерации основные экологические проблемы связаны с функционированием промышленного производства и потреблением его продукции в экономике. Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации публикует такие статистические издания, как «Охрана окружающей среды в России», «Промышленность России», бюллетень «Основные показатели охраны окружающей среды» и др. В официальных публикациях содержится информация об экологических аспектах, связанных с развитием промышленности, таких как образование токсичных отходов производства по отраслям промышленности; использование и обезвреживание токсичных отходов; выбросы загрязняющих атмосферу веществ от стационарных источников в отраслевом разрезе; отраслевая структура сбросов загрязненных сточных вод на промышленных предприятиях; текущие затраты на охрану окружающей среды по отраслям промышленности; основные фонды по охране окружающей среды по отраслям промышленности. Заявленные Федеральной службой государственной статистики Российской Федерации официальные публикации по охране окружающей среды не являются периодическими изданиями.

В ходе исследования были изучены экологические, социальные и экономические показатели (таблица 1) Вологодской области в динамике с 2000 по 2011 г.

Таблица 1 – Перечень и условные обозначения анализируемых факторов

Фактор	Наименование фактора
C1	Уровень занятости, %
C2	Доходы населения, млн р.
C3	Расходы населения, млн р.
C4	Превышение денежных доходов населения над расходами, млн р.
C5	Уровень экономической активности населения, %
ОФ1	Инвестиции в основной капитал, млн р.
ОФ2	Коэффициент обновления основных фондов, %
ОФ3	Основные фонды по полной учетной стоимости на конец года, млн р.
ОФ4	Ввод в действие основных фондов, млн р.
ОФ5	Затраты на технологические инновации, связанные с приобретением новых машин и оборудования, тыс. р.
Э1	Объем отгруженной продукции организациями, млн р.
Э2	Валовый региональный продукт в текущих основных ценах, млн р.
Э3	Сальдированный финансовый результат крупных и средних предприятий, млн р.
Инн1	Затраты на технологические инновации, всего, тыс. р.
Инн2	Отгруженная инновационная продукция, млн р.
Эко1	Общее количество образовавшихся газообразных вредных веществ, тыс. т
Эко2	Уловленные и обезвреженные загрязняющие вещества, тыс. т
Эко3	Затраты на охрану окружающей среды, млн р.
Эко4	Текущие затраты предприятий на охрану окружающей среды, млн р. (без учета средств, выплаченных другим предприятиям)
ЭФ1	Инвестиции на охрану и рациональное использование земель, млн р.
ЭФ2	Среднегодовая стоимость ОПФ по охране окружающей среды, млн р.

В таблице 2 представлен фрагмент результата корреляционного анализа статистических данных согласно источнику [3]. Полный результат представлен в публикации [4]. Для оценки тесноты и направления связи вычислен коэффициент парной корреляции между всеми критериями. Все рассчитанные коэффициенты оказались со знаком плюс, что свидетельствует о прямом направлении связи между изучаемыми показателями. Большинство коэффициентов корреляции имеют значение более 0,7 и указывают на тесную зависимость факторов.

Таблица 2 – Коэффициенты парной корреляции

Фактор	C1	C2	C3	C4	C5	ОФ1	ОФ2	ОФ3	ОФ4	ОФ5	Э1
C1	1,000	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
C2	0,832	1,000	–	–	–	–	–	–	–	–	–
C3	0,793	0,992	1,000	–	–	–	–	–	–	–	–
C4	0,735	0,654	0,552	1,000	–	–	–	–	–	–	–
C5	0,745	0,730	0,722	0,485	1,000	–	–	–	–	–	–
ОФ1	0,841	0,895	0,861	0,743	0,586	1,000	–	–	–	–	–
ОФ2	0,895	0,837	0,788	0,795	0,694	0,929	1,000	–	–	–	–
ОФ3	0,814	0,992	0,990	0,610	0,702	0,864	0,781	1,000	–	–	–
ОФ4	0,889	0,983	0,957	0,746	0,762	0,922	0,884	0,973	1,000	–	–
ОФ5	0,722	0,882	0,904	0,406	0,715	0,679	0,585	0,927	0,869	1,000	–
Э1	0,814	0,949	0,906	0,828	0,665	0,917	0,858	0,923	0,961	0,749	1,000
Э2	0,798	0,940	0,916	0,709	0,581	0,974	0,860	0,918	0,938	0,743	0,955
Э3	0,492	0,544	0,472	0,753	0,124	0,789	0,645	0,503	0,589	0,237	0,729
Инн1	0,837	0,890	0,888	0,557	0,711	0,776	0,714	0,927	0,917	0,959	0,793
Инн2	0,626	0,663	0,581	0,885	0,313	0,744	0,661	0,652	0,725	0,498	0,816
Эко1	0,675	0,527	0,433	0,871	0,592	0,667	0,728	0,475	0,652	0,330	0,702
Эко2	0,702	0,573	0,482	0,878	0,620	0,692	0,746	0,525	0,693	0,387	0,736
Эко3	0,759	0,859	0,843	0,613	0,446	0,926	0,831	0,858	0,864	0,709	0,818
Эко4	0,737	0,861	0,854	0,562	0,396	0,916	0,810	0,861	0,853	0,715	0,804
ЭФ1	0,506	0,818	0,850	0,308	0,512	0,545	0,412	0,851	0,751	0,854	0,720
ЭФ2	0,847	0,994	0,984	0,658	0,743	0,904	0,827	0,990	0,987	0,896	0,950

Коэффициент корреляции между общим количеством образовавшихся загрязняющих веществ и природоохранными издержками деятельности региона показывает, что направление связи между ними является прямым, а теснота связи – от высокой до умеренной либо слабая. Поскольку связь между этими критериями должна быть обратной (чем выше затраты на природоохрану и, соответственно, стоимость природоохранного оборудования, тем меньше должен быть уровень загрязнения), то наблюдаемое в Вологодской области соотношение свидетельствует о неэффективном экологическом менеджменте в регионе. Можно сказать, что в целом сумма затрат предприятий на охрану окружающей среды значительна по величине, но недостаточна для решения проблем, связанных с загрязнением.

Количество обезвреженных вредных веществ зависит в основном от количества образовавшихся вредных веществ и в гораздо меньшей степени – от изменения разного рода природоохранных затрат. Это свидетельствует о том, что применяющиеся очистные технологии не подвергаются модернизации, а их производительность и затратоемкость не меняются. Прямая тесная связь наблюдается между экономическими результатами деятельности региона и уровнем загрязнения (см. таблицу 2). Рост отгруженной продукции организациями области, величины валового регионального продукта, а также сальдированного финансового результата крупных и средних предприятий оказывает заметное влияние на количество образовавшихся загрязняющих веществ. Эта связь закономерна, так как более высокие экономические результаты хозяйственной деятельности в условиях техногенного типа развития обусловлены наращиванием объемов производства и, как следствие, объемов образования вредных веществ. Одновременно тесная или заметная прямая связь количества образовавшихся вредных веществ с показателями состояния основных фондов говорит о том, что наращивание производственных мощностей в Вологодской области не сопровождается внедрением экологически чистых технологий.

Анализ данных таблицы 2 выявил следующее противоречие: связь между текущими затратами на охрану природы и уровнем загрязнения в Вологодской области является прямой. Это означает, что в условиях увеличения затрат на природоохрану уровень загрязнения также растет. Данное противоречие еще раз убедительно доказывает неэффективность экоманеджмента предприятий-природопользователей.

Большинство изученных социальных параметров развития региона имеют прямую тесную связь как с экономическими, так и с экологическими и инновационными факторами. Объем отгруженной продукции также тесно и прямо связан практически со всеми представленными факторами. Такая ситуация характеризует постоянство структуры использования различных факторов производства и не подтверждает достижения поставленной правительством области цели реструктуризации экономики Вологодского региона.

Изменение стоимости отгруженной инновационной продукции в регионе, как ни странно, практически не связано с затратами на технологические инновации, в том числе на приобретение новых машин и оборудования. Очевидно, инновационная продукция изготавливается на старом оборудовании и, возможно, часто с использованием традиционных технологий. Таким образом, затраты на инновации либо неэффективны, либо недостаточны по объему, а скорее всего и то, и другое.

В целом на основе изученных связей можно утверждать, что экономика Вологодской области развивается в основном по экстенсивной траектории, т. е. наблюдается положительная тенденция основных экономических и социальных результатов на фоне наращивания использования всех факторов производства. Исключение из общей тенденции составляет 2009 г., когда социальная и экономическая ситуация несколько ухудшилась, из-за чего снизилось количество образовавшихся загрязняющих веществ и, соответственно, улучшилась экологическая ситуация. Очевидно, это было вызвано макроэкономическими причинами, т. е. кризисными явлениями в экономике. Однако уже в 2010 г. общая тенденция развития восстановилась. Задекларированные цели реструктуризации экономики региона через диверсификацию и модернизацию производства, развитие и внедрение инноваций, экологизацию промышленности должны найти реальные пути достижения, что позволит перейти к интенсивному и устойчивому развитию Вологодской области. Промышленным предприятиям региона нужны ресурсосберегающие и малоотходные технологии, которые призваны сдерживать рост образования вредных веществ.

Таким образом, анализ данных официальной статистики позволяет делать обобщающие выводы о тенденциях экологического, экономического и социального развития региона. Качественную оценку наблюдаемым изменениям можно дать только на основе косвенных характеристик без четкого обозначения причин. Безусловно, статистический учет совершенствуется в части отображения экологической информации (так, например, с 2003 г. рассчитывается такой комплексный статистический критерий, как индекс загрязнения атмосферы), однако его данных недостаточно для информационного обеспечения эффективного управления природопользованием в регионах. Следовательно, необходимо продолжать планомерную работу по развитию статистической учетной системы в Российской Федерации.

Список литературы

1. **Основы** государственной политики в области экологического развития Российской Федерации на период до 2030 г. // Сайт Президента России [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа : <http://kremlin.ru/acts/15177>. – Дата доступа : 17.01.2014.
2. **Каракаян, В. И.** Экономика природопользования : учеб. / В. И. Каракаян. – М. : ИД «Юрайт», 2012. – 576 с.
3. **Статистический** ежегодник Вологодской области, 2011 г. : стат. сб. – Вологда : Вологда-стат, 2012. – 402 с.
4. **Яковлева, Е. Н.** Проблемы информационного обеспечения управления эколого-экономическим развитием региона / Е. Н. Яковлева // Леденцовские чтения. Бизнес. Наука. Образование : материалы III междунар. науч.-практ. конф., Вологда, 28–29 марта 2013 г. : в 2 ч. / Волог. ин-т бизнеса. – Вологда, 2013. – Ч. 2. – С. 141–148.

СОДЕРЖАНИЕ

I. КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИННОВАЦИИ	3
<i>Бондарева В. В., Еремин В. В.</i> Web-технологии передачи и обработки информации	3
<i>Бочков М. В., Хромова Н. А.</i> Организация спортивного соревнования как имиджевого мероприятия и импульса к развитию здоровой нации	6
<i>Еськова О. И., Мухтаров Б. Х.</i> Программные средства разработки электронных учебных пособий	8
<i>Общинец А. С.</i> Компьютерные технологии на уроке математики в начальной школе	11
<i>Павлов К. В., Ильина Т. А.</i> Статистическое измерение развития наноэкономики	15
<i>Пащук Е. Н.</i> Информационная безопасность как часть корпоративной культуры	19
<i>Пащук С. М.</i> Оптимизация хранения материалов на складах предприятия (на примере ОАО «Научный технический центр комбайностроения»)	21
<i>Прохоров Д. И.</i> К вопросу об использовании информационно-образовательных ресурсов при оказании дополнительных образовательных услуг по математике	24
<i>Руденко Т. А.</i> Принятие решений в условиях неопределенности с помощью интегрального вероятностного критерия	27
<i>Серета Ю. П., Новицкая Т. Е.</i> Феномен социальных медиа как фактор социокультурных трансформаций в среде современной белорусской молодежи	30
<i>Трусевич И. В.</i> Перспективы развития рынка компьютерных технологий – Business Intelligence и Cloud Computing	33
<i>Цыбульская Л. А.</i> Инновационные подходы к управлению объектами прав интеллектуальной собственности	36
II. МАРКЕТИНГ, МЕНЕДЖМЕНТ И ЛОГИСТИКА	39
<i>Власенко Н. А., Власенко А. Л., Яковенко О. В.</i> Модерн как один из элементов туристического потенциала Херсонщины	39
<i>Дыленок А. В.</i> Проблема выбора маркетинговой стратегии для целевых рынков (на примере ОАО «Гомельский завод торгового машиностроения»)	42
<i>Жосан А. В., Крепчук А. И.</i> Анализ концепций социальной ответственности предприятия	44
<i>Кузьменко В. Л., Якимик А. Я.</i> Особенности маркетинга на рынке трудовых ресурсов в условиях инновационного развития Республики Беларусь	47
<i>Кузьменко В. Л., Кузьменко В. В., Якимик А. Я.</i> Сетевая розничная торговля: особенности ее развития	49
<i>Осипенко Н. А.</i> Сущность модели выбора атрибутов позиционирования товаров	52
<i>Савина Г. Г., Швец Е. А.</i> Стратегия продвижения бренда в эру информационных технологий	54
<i>Трусевич И. П.</i> Кадровые аспекты формирования внешнеторговых отношений	55
<i>Трухачева Е. В., Шкатов С. В.</i> Формирование результативных рабочих групп на предприятии гостеприимства	58
<i>Яцевич Н. В.</i> Конкурентное сотрудничество как форма взаимоотношений конкурентов	61
III. МИРОВАЯ И НАЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА	64
<i>Ахрамович В. С.</i> Закономерности развития мировой торговли сельскохозяйственной продукцией и продовольствием	64
<i>Верховенко Т. В., Осмолович Е. В.</i> Характеристика тенденций развития китайской экономики в современных условиях	68
<i>Гайдей Д. А.</i> Прогностические тенденции глобального инновационного развития	70
<i>Денисова М. А.</i> Регион с точки зрения геоэкономического подхода	74
<i>Ефименко И. А.</i> Трансформация модели рынка труда в Республике Беларусь в условиях формирования новой экономики	77
<i>Заулочный А. В., Лапко Б. В.</i> Определение степени инновационности субъектов хозяйствования и экономики	80
<i>Котляров Д. А.</i> Развитие внешней торговли России со странами Таможенного союза	82
<i>Медведкина Е. А.</i> Трансформационные сдвиги в мировой финансовой системе: роль и место мировых финансовых центров	84
<i>Медведкин Т. С.</i> Международная конкурентоспособность страны в условиях инновационных трансформаций	86
<i>Пряхина Е. И.</i> Проблема рейдерского захвата бизнеса в процессе банкротства и перспективы развития антирейдерской деятельности в Республике Беларусь	89
<i>Семенов А. А.</i> Корпоративные империи как результат межфирменных слияний и поглощений: VODAFONE GROUP	92
<i>Тимошенко М. В.</i> Развитие теоретических подходов к определению последствий миграции трудовых ресурсов	95
<i>Трусевич И. П.</i> Предпосылки формирования региональных интеграционных объединений на постсоветском пространстве	98
<i>Шлаканева В. А.</i> Факторы обеспечения международной конкурентоспособности и подходы к их определению	101
<i>Щуплова Н. С., Михайлова А. А.</i> Анализ торгово-экономических отношений Республики Беларусь и Королевства Нидерландов	104
IV. ТОВАРОВЕДЕНИЕ, ЭКСПЕРТИЗА И БЕЗОПАСНОСТЬ ТОВАРОВ	108
<i>Базрянцева Е. П.</i> Потребительский стандарт упаковочных пленок	108
<i>Газай М. С., Чуприна Я. С.</i> К вопросу о методических особенностях экспертизы качества товаров бытовой химии	111

<i>Маракова А. В., Криштафович В. И.</i> Исследование факторов, влияющих на формирование качества мяса молодняка овец	113
<i>Михалко М. Н., Заяц А. Н.</i> Определение показателей качества керамической посуды органолептическим методом	116
V. ФИНАНСЫ, БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И АНАЛИЗ	120
<i>Барташевич Н. И.</i> Методические подходы к определению расчетной стоимости финансовых вложений в акции, по которым не определяется текущая рыночная стоимость	120
<i>Дорошко Т. В., Дорошко В. Н.</i> Управление инвестиционным портфелем: стратегия GRIT и стратегия риска	123
<i>Дубровская Е. Ю.</i> Актуальные вопросы экономической сущности и классификации финансовых рисков	126
<i>Зарецкий В. О.</i> Проблемы и развитие процедуры отражения информации о финансовых результатах от текущей деятельности на операционно-результатном счете	128
<i>Кеишкова Н. В.</i> Анализ современных тенденций развития рынка ипотечного кредитования в Российской Федерации	131
<i>Козлова Е. А.</i> Проблемы внедрения международных стандартов финансовой отчетности в Республике Беларусь и направления их решения	134
<i>Липская А. О.</i> Особенности анализа формирования прибыли в многоотраслевых организациях	137
<i>Ратникова Н. Ю.</i> Современные подходы к оценке инвестиционной привлекательности реализуемых проектов в кредитных учреждениях	140
<i>Стрельчук Н. А.</i> Организация планирования в антикризисном управлении финансами	143
<i>Сударева О. О.</i> Особенности мясожирового производства, влияющие на методику анализа прямых материальных затрат	146
<i>Трибуналова И. А.</i> Пути повышения своевременности погашения дебиторской задолженности в условиях кризиса неплатежей	149
<i>Шабловская Т. В.</i> К вопросу о сущности финансового механизма	152
<i>Щуплова Н. С., Плотницкая О. В.</i> Прогнозирование денежных потоков	154
<i>Якубенко А. В., Якубенко Г. А.</i> Управление налогооблагаемой прибылью в организации с использованием механизма инвестиционного вычета и переноса убытков прошлых периодов	157
VI. ЭКОНОМИКА ОТРАСЛЕЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ	161
<i>Абакумов Р. Г.</i> Перспективные инструменты управления воспроизводством основных средств организаций	161
<i>Амелина О. В., Тарасова Т. Ф.</i> Эффективность применения инновационных материалов ЗАО «СОМЭКС» в добывающей промышленности	164
<i>Вайс Т. А., Вайс А. Е., Вайс Е. С.</i> Причины и последствия «утечки мозгов» из России	167
<i>Верховенко Т. В., Солошенко Ю. А.</i> Современное состояние и перспективы развития рынка туристических услуг Белгородской области	169
<i>Вьюгина Л. К.</i> Основные принципы формирования кластеров в России	172
<i>Гавриков А. В., Дворкин Д. А.</i> К вопросу о некоторых проблемах развития розничной торговли системы потребительской кооперации Республики Беларусь	174
<i>Драгун Н. П., Ивановская И. В.</i> Интеграция и координация деятельности предприятий на рынке: всегда ли нужны холдинги?	177
<i>Лацкевич Н. В., Коробкин А. З., Анохов С. М.</i> О расчете общего объема промышленного производства и индексов промышленного производства	180
<i>Лобан Р. С.</i> Обеспечение экономической безопасности функционирования организации на основе создания мотивационных стимулов персонала	182
<i>Мельник А. Г.</i> Проблемы ликвидации задолженности организаций агропромышленного комплекса	184
<i>Мисникова Л. В., Степаненко Е. В.</i> Товарное обеспечение как фактор успешного развития розничного товарооборота	187
<i>Мосько Т. В.</i> Проблемы оценки туристско-рекреационного потенциала территории	188
<i>Нилова Е. Е.</i> Оценка способностей организаций потребительской кооперации к развитию экономического потенциала	191
<i>Павлов К. В., Растворцева С. Н., Череповская Н. А.</i> Методические основы идентификации потенциальных кластеров в экономике	195
<i>Процко Т. Л.</i> Экономическая оценка текущих затрат	198
<i>Синельникова Е. А.</i> Исследование наличия взаимосвязи между дифференциацией цен и дифференциацией доходов и расходов населения Республики Беларусь	201
<i>Смолякова Т. Я.</i> Проблемы и перспективы развития предприятий общественного объединения «Белорусское товарищество инвалидов по зрению» Республики Беларусь	204
<i>Шанюкевич И. В.</i> Формирование фонда жилых помещений коммерческого (арендного) использования в Республике Беларусь	207
<i>Шишков Р. А.</i> Повышение эффективности управления персоналом организации в условиях инновационной экономики	209
<i>Шпаньков Н. И.</i> Влияние бизнес-плана на конечные результаты деятельности организации (на примере СООО «Ингман мороженое»)	211
<i>Яковлева Е. Н.</i> Анализ экологизации региональной экономики по данным статистического учета (на примере Вологодской области)	214

Научное издание

**МОЛОДЕЖЬ
ДЛЯ НАУКИ И БИЗНЕСА:
РАЗРАБОТКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

**СБОРНИК НАУЧНЫХ СТАТЕЙ
III МЕЖДУНАРОДНОГО ФОРУМА МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ,
ПОСВЯЩЕННОГО 50-ЛЕТИЮ БЕЛОРУССКОГО
ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ**

Гомель – Милоград, 21–23 мая 2014 г.

Редакторы: Т. В. Гавриленко, О. В. Ивановская, М. П. Любошенко,
И. А. Михайлова, Е. В. Седро, Ю. Г. Старовойтова, В. В. Суздальова
Технический редактор И. А. Козлова
Компьютерная верстка И. А. Козлова

Подписано в печать 15.05.14. Формат 60 × 84 ¹/₈.
Бумага типографская № 1. Гарнитура Таймс. Ризография.
Усл. печ. л. 25,57. Уч.-изд. л. 25,90. Тираж 100 экз.
Заказ №

Издатель и полиграфическое исполнение:
учреждение образования «Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации».
Свидетельство о государственной регистрации издателя,
изготовителя, распространителя печатных изданий
№ 1/138 от 08.01.2014.
Просп. Октября, 50, 246029, Гомель.

**БЕЛКООПСОЮЗ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ»**

**МОЛОДЕЖЬ
ДЛЯ НАУКИ И БИЗНЕСА:
РАЗРАБОТКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

**СБОРНИК НАУЧНЫХ СТАТЕЙ
III МЕЖДУНАРОДНОГО ФОРУМА МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ,
ПОСВЯЩЕННОГО 50-ЛЕТИЮ БЕЛОРУССКОГО
ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ**

Гомель – Милоград, 21–23 мая 2014 г.

Под научной редакцией
кандидата экономических наук, доцента
Н. А. Снытковой