

Таблица 1. Система показателей, характеризующих факторы снижения энергоемкости продукции

Наименование фактора	Наименование показателя
1	2
1. Система обеспечения предприятия ТЭР	1.1 Количество повреждений теплосетей, шт. 1.2. Предполагаемая величина потерь тепла при авариях, т. у. т.
2. Система управления производством	2.1 Объем потребления вторичных топливно-энергетических ресурсов, т. у. т. 2.2. Коэффициент автоматизации и механизации производства
3. Структура выпускаемой продукции	3.1 Энергоемкость продукции, р. на тыс.р. выпущенной продукции 3.2 Объем реализации, нат. ед. 3.3 Остаток готовой продукции на конец периода, нат. ед.
4. Политика управления трудовыми ресурсами	4.1 Коэффициент текучести кадров 4.2 Количество работников, повысивших квалификацию за год, чел. 4.3 Размер экономии ТЭР, полученный за счет внедрения организационно-технических мероприятий, т. у. т.
5. Система нормирования и учета ТЭР	5.1 Норма расхода топлива на конец года, т/ ед. 5.2 Норма расхода тепловой энергии, Гкал / ед. 5.3 Норма расхода электрической энергии, кВт*ч / ед. 5.4 Коэффициент (уровень) соблюдения норм расхода ТЭР
6. Система энергоаудита	6.1 Количество проверок в рамках осуществления государственного надзора за рациональным использованием топлива, тепловой и электрической энергии, шт. 6.2 Объем выявленных нерационально использованных ТЭР, т. у. т.
7. Система информационного обеспечения	7.1 Количество статей, тезисов работников предприятия, опубликованных по проблеме энергосбережения, шт. 7.2 Количество выставок, в которых приняли участие работники предприятия по проблеме энергосбережения, шт.
8. Система правового обеспечения	8.1 Количество составленных протоколов об административных правонарушениях за нарушение законодательства РБ в сфере энергосбережения, шт.
9. Система экономического стимулирования	9.1 Доля премий за экономию ТЭР в общей сумме фонда заработной платы, % 9.2 Размер санкций, штрафов, уплаченных предприятием за нерациональное использование ТЭР, р.
10. Система цен и тарифов	10.1 Цена за 1 000 кВт*ч на конец года, р. 10.2 Цена за 1 000 Гкал на конец года, р. 10.3 Цена за 1 000 кг. у. т. на конец периода, р.
11. Бюджетная политика	11.1 Размер субсидий, дотаций выделяемых предприятию под цели энергосбережения, р.
12. Финансовое состояние предприятия	12.1 Коэффициент текущей ликвидности 12.2 Коэффициент абсолютной ликвидности 12.3 Коэффициент критической ликвидности
13. Инвестиционная политика	13.1 Величина инвестиций в развитие мероприятий по энергосбережению, р.
14. Налоговая система	14.1 Величина налоговых льгот, р. 14.2 Налоговая льгота по i-му налогу, р.
15. Денежно-кредитная система	15.1 Размер льготного кредита, предоставляемого предприятию на реализацию мероприятий по энергосбережению, р.

РЫБЧИНСКАЯ Е.В., аспирантка

ГНУ «НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь», г. Минск

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ УЧРЕЖДЕНИЙ КУЛЬТУРЫ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ: ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Традиционно культура являлась предметом исследования философии, социологии, искусствоведения, истории и других гуманитарных дисциплин, а экономическому аспекту культуры и его изучению уделялось крайне мало внимания.

Разнородность составляющих частей современной культуры, даже в ее традиционном понимании, объединяет то общее, что все части связаны с каким-либо специфическим способом человеческой деятельности.

Существуют традиционные культурные институты – музеи, театры, библиотеки, концертные залы, кино, а также памятники архитектуры, которые для большинства людей ассоциируются с понятием «культура». Но можно ли сегодня исключить из сферы культуры дизайн, моду, радио и телевидение? А куда отнести дискотеки, ночные клубы, аквапарки, Интернет-кафе, фестивали? Является ли культурным институтом Интернет-портал? Рассматривая данную проблему с позиции гражданского общества, необходимо принять максимально широкое институциональное определение сферы культуры, поскольку традиционные, вышеперечисленные, институты культуры, в основном являясь государственными, все еще представляют узкую направленность современной отрасли культуры.

В начале 1990-х годов основные сдвиги в области культуры проявлялись в отмене тотальной цензуры и распространение плюрализма мнений и оценок художественного творчества, появлением в культуре независимого сектора – как коммерческого, так и некоммерческого, хотя и пока слабо развивающегося в нашей республике. Вместе с тем все эти перемены шли не изнутри самой сферы культуры, а были результатом общеполитических преобразований.

Роль государства в сфере культуры, которая раньше сводилась к финансированию трансляции «высоких» культурных ценностей в массы, стала трактоваться и как роль посредника, создающего благоприятные условия для диалога носителей различных культур. Культура перестала восприниматься как исключительно затратная сфера, находящаяся на попечительстве у государства, появилась более сложная модель финансирования, где сочетаются государственные потоки, собственные доходы организаций и предприятий культуры, а также частная или спонсорская поддержка, хотя до сих пор в нашей республике нет закона о спонсорской и меценатской поддержке культуры. Не происходит и развитие частно-государственного партнерства в организациях учреждений культуры, а ведь именно такая форма была бы более продуктивной в сфере культуры.

Важным в развитии культуры в нашем государстве остается сотрудничество культуры с бизнесом. Это не только эффективное средство рекламы, продвижение бренда или формирование имиджа, но и возможность контакта с людьми творческих профессий, который может стать катализатором творчества в решении деловых проблем. Развитие конкурентоспособного бизнеса требует сегодня не только знания технологии, но также фантазии и творческого подхода. Инновационные коммерческие начинания, использующие культуру как ресурс, являются в ряде стран самым быстро растущим сектором экономики.

В то же время необходимо отметить, что традиционные учреждения культуры уже находятся в процессе трансформации. Появляются новые формы организации клубных учреждений, организуются центры досуга, культурно-деловые центры. Средства массовой коммуникации обеспечили принципиально новые возможности культурного взаимодействия и привели к возникновению новых видов культурной деятельности, которые смыкаются, с одной стороны, с наукой и технологией, а с другой – с бизнесом. Самое молодое коммерческое направление в республике получило эстрадное искусство. Мы стоим у истоков развития отечественного шоу-бизнеса. Это не просто развитие вида искусства, а целая индустрия, где переплетаются и высокие технологии от сценических костюмов, спецэффектов до технически сложных сценических конструкций и инженерного решения света, звука, кино и видео. Развитие шоу-бизнеса предполагает и развитие новых профессий в этом направлении, подготовку качественно нового кадрового состава. А это в свою очередь влечет за собой изменения в учебных процессах и подходах к системе образования в культуре. Эта отрасль требует теперь не только художественно образованных людей, но и технически грамотных. Более того, работа в данном направлении (эффективного развития шоу-бизнеса) должна обеспечить подготовку менеджеров и продюсеров. Работникам культуры следует активнее осваивать современные технологии менеджмента-фандрейзинга, маркетинга. В данной сфере при отсутствии новых штатных расписаний учреждений культуры, правового статуса творческих коммерческих организаций освоение менеджерских навыков остается условно-теоретическим. В отсутствии многоканального финансирования и механизмов, обеспечивающих прозрачность экономического существования культурных организаций, менеджмент обычно сводится к умению строить личные отношения с вышестоящим начальством.

Достаточно убедительным является опыт независимых российских организаций культуры, которые еще во второй половине 1990-х годов использовали дополнительное финансирование из зарубежных источников в виде грантов и многому научились, участвуя в программах зарубежных фондов, поскольку эти программы были источником не только финансовой поддержки, но и экспертной, а также школой проектного менеджмента. Развитие сферы культуры в России продемонстрировало возможность перехода целого ря-

да творческих отраслей на коммерческие рельсы, что нам предстоит еще сделать. Телевидение, издательское дело, звукозапись, художественные галереи, эстрадное искусство и ряд других видов творческой деятельности оказались способны существовать в рыночном режиме, и государство в ряде случаев выступало лишь в виде заказчика, решая с помощью этих предприятий свои приоритетные задачи (социальная реклама, издание учебников и т.п.).

Если прежде в бюрократическом понимании культура ограничивалась индивидуальным творчеством, наследием и деятельностью традиционных культурных институтов, то теперь следует включать также коммуникативную составляющую, то есть по сути область, где происходят революционные изменения, влияющие на содержание культуры и деятельность культурных институтов. В современном культурном процессе любое произведение (будь то текст, картина, театральная постановка или музыкальное произведение) проходит три основных стадии, связывающих само производство и потребление готового продукта, т.к. результат деятельности чаще всего представлен как готовый продукт:

1) создание произведения художником (от замысла до конечного результата), а также может представлять собой элемент наследия или авторское отражение работы над фольклорным первоисточником;

2) произведение в стадии, когда оно становится предметом менеджмента в традиционных организациях культуры (или проектах) и встречается с публикой в условиях, формируемых менеджерами;

3) и окончательная стадия заключается в следующем, когда благодаря современным коммуникационным технологиям и методам трансляции и тиражирования (полиграфия, звукозапись, видео, радио, телевидение, мультимедиа, Интернет и т.д.), произведение, даже если в трансформированном виде, становится достоянием неизмеримо более широкой аудитории. Можно отметить, что появление новых коммуникационных возможностей, открываемых всем спектром современных технологий, сравнимо с революцией книгопечатания. Теперь театральная постановка может прожить не один-два часа, а быть зафиксирована и оттиражирована на очень большую аудиторию, а ведь раньше это было практически невозможно. Это имеет в свою очередь огромные последствия – экономические, социальные и культурные.

Однако виртуальное коммуникативное пространство только лишь оболочка. Компиляция отдельных фрагментов не представляет собой уникальность создания произведения искусства, это всего лишь создание нового пространства для демонстрации и трансляции подлинного, созданного художником, творческой личностью, произведения. Поэтому уже сегодня есть претензии к трансляции выхваченных эпизодов концертного продукта, некоторых аналитических программ. Конечно же демонстрация созданного продукта, имеющего автора, должно быть защищено авторскими правами.

Вместе с тем, нельзя отказаться от традиционной формы подачи культурного продукта через традиционные культурные институты – театры, музеи, библиотеки, концертные залы, т.к. живое общение и соприкосновение с прекрасным не заменят никакие сверхновые технологии, но в то же время традиционные институты уже отстают в недостаточном владении и использовании технологий современного менеджмента.

Сегодня культурное пространство и культурная политика решается в нашей стране не только в одном структурном управленческом аппарате – Министерстве культуры, а и в Министерстве информации и Министерстве спорта и туризма. Культура стала стратегическим ресурсом в развитии нашего государства. По отношению к этим областям деятельности (а они могут быть расширены) задачи государства формулируются не только как внутреннее содержание Министерств, а как мягкое регулирование и координирование экономической деятельности в сфере культуры (регулируется ОКЭДом). В ближайшее время необходима координация и структурные преобразования этих министерств, с обязательным включением в этот перечень и Министерства образования для четкого определения места и роли белорусской культуры в современном социуме, приоритеты для которой должны быть едиными, согласованными в работе всех министерств следующие:

- сохранение и развитие единого культурного и информационного пространства Республики Беларусь;
- создание Концепции образования в сфере культуры и совершенствование отечественных систем художественного образования;
- внедрение современных механизмов администрирования и бюджетирования в сфере культуры;
- совершенствование нормативной правовой базы;
- интеграция в мировой культурный процесс и укрепление положительного образа Беларуси.

ЛИТЕРАТУРА

1. Чучин-Русов А.Е. Конвергенция культур. – М.: Магистр, 1997. – С.117
2. Соколов В. Глобализация, культурные группы и равенство перед законом // Мировая экономика и международные отношения, 2006. – № 9.
3. Розов М.А. Прошлое как ценность. // Путь, 1992. – №1.
4. Лукша П. Экономика культуры – штрихи к науке нового века, //Интернет-ресурс:<http://nz-online.ru/index.phtml?aid=20010684//html>

САВЧУК И.М., магистрант, МЕДВЕДЕВА Г. Т., к. э. н., профессор

Учреждение образования «Брестский государственный технический университет», г. Брест

ИННОВАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РИЭЛТЕРСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Рыночная экономика не может существовать без развитого рынка недвижимости. Именно возможность купли-продажи объектов недвижимости как коммерческого, так и некоммерческого характера делает экономическую систему более гибкой, динамичной, позволяет ей формировать конкурентную среду, что само по себе является условием существования рыночной экономики.

Рынок недвижимости можно четко подразделить на два целевых сегмента: недвижимость коммерческого характера, которая может быть использована в производственных целях, и недвижимость некоммерческого характера, которая связана с удовлетворением личных потребностей покупателей и продавцов – субъектов данного сегмента рынка. В данной статье речь пойдет о сегменте некоммерческой недвижимости. Объектами сделок здесь выступают комнаты, квартиры, жилые дома, в том числе не завершенные строительством, земельные участки, дачи и садовые домики.

На рынке недвижимости Беларуси по состоянию на 01.09.2009 года зарегистрировано 107 риэлтерских организаций с общим количеством аттестованных риэлтеров более 900 человек. В их число входят субъекты различных форм собственности и организационно-правовых форм хозяйствования. Практически все риэлтерские компании работают на рынке жилья, предоставляя населению комплексные услуги по сопровождению процесса купли-продажи. В состав комплексной услуги по сопровождению процесса купли-продажи входят: консультационная услуга по сделкам с объектами недвижимости; предоставление информации о спросе и предложении на объекты недвижимости; подбор вариантов сделки с объектом недвижимости (купли-продажи либо участия в строительстве); организация и проведение согласования условий предстоящей сделки; помощь в подготовке (оформлении) документов, связанных с осуществлением сделки, регистрация недвижимого имущества в Едином государственном регистре недвижимого имущества, прав на него и сделок с ним.

Указ Президента Республики Беларусь от 28.02.2008 г. № 140 и Постановление Совета министров от 14.03.2008 г. №386, вступившие в силу с 01.04.2008 г., существенно изменяют условия деятельности для риэлтерских организаций. Основные изменения можно свести к следующему:

1. Оплату стоимости услуг риэлтерской компании осуществляют продавец и покупатель, каждый за свой комплекс услуг; аналитики отмечают, что при ранее существовавших условиях в 70% случаев оплату услуг производил покупатель.

2. Устанавливается фиксированная стоимость услуг риэлтерской организации, для продавца она определяется в процентном отношении от стоимости объекта недвижимости; для покупателя – в базовых величинах. Изменяется валюта расчета стоимости объекта недвижимости – осуществляется переход с доллара на евро. Статистика свидетельствует, что стоимость объекта недвижимости примерно в 80% сделок составляет менее 50 тыс. евро, это означает, что, в соответствии с Указом, продавцу необходимо уплатить 3% от стоимости. Чем дороже объект, тем меньший процент необходимо уплачивать.

3. Процент уплачивается от стоимости объекта, указанной в договоре купли-продажи, оформленном у нотариуса, и если по каким-либо причинам сделка не состоялась, то оплачиваются только фактически оказанные услуги, исходя из указанных в постановлении тарифов.

4. Изменяются требования к количественному составу аттестованных риэлтеров, работающих в одной организации: первоначально – 3, по новым требованиям – 5 аттестованных специалистов.

Некоторые изменения произошли и в связи со вступлением в силу Постановления Совета министров