

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования
«Брестский государственный технический университет»

**СБОРНИК КОНКУРСНЫХ
НАУЧНЫХ РАБОТ
СТУДЕНТОВ И
МАГИСТРАНТОВ**

Часть III

Брест 2011

УДК 624;628;+338:339

Сборник конкурсных научных работ студентов и магистрантов.

Рецензент: директор УНИиОКП «НТЦ» А.Я. Найчук, к.т.н., доцент

Сборник охватывает широкий спектр проблемных областей строительства, архитектуры, экономики, машиностроения, ЭВМ и систем, а также общественных и социально-экологических проблем.

Издаётся в 3 частях. Часть 3.

ISBN 978-985-493-199-9 (ч. III)

ISBN 978-985-493-196-8

Редакционная коллегия: главный редактор: к.ф.-м.н., доцент В.С. Рубанов;
зам. главного редактора: к.т.н., профессор Шведовский П.В.;
зам. главного редактора: к.т.н., профессор Муравьев Г.Л.

Члены редколлегии: к.э.н., доцент Козинец М.Т.
к.т.н., доцент Костюк Д.А.
к.т.н., доцент Мешик О.П.
к.т.н., доцент Монтик С.В.
к.т.н., доцент Филимонова Н.В.

УДК 624;628;+338:339

ISBN 978-985-493-199-9 (ч. III)

ISBN 978-985-493-196-8

©Издательство БюГТУ, 2011

СОЦИАЛЬНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

УДК 338.462

Алешко Е.В.

Научный руководитель: доцент, к.э.н. Власюк Ю.А.

ИННОВАЦИИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Сегодня гостиничный бизнес – одно из самых перспективных и быстроразвивающихся направлений, приносящее многомиллионные прибыли по всему миру.

Гостиничные технологии представляет собой совокупность методов, форм производства и предоставления услуг временного размещения туристов и сопутствующих услуг на туристском рынке [1].

Технологии в этой области стремительно развиваются. Прежде всего, это связано с тем, что перед отелями стоит непростая задача удовлетворить спрос своего постояльца и завоевать гостя, сделав его постоянным клиентом. Осуществить эти задачи без инновационных решений нереально. Борьба за каждого гостя, особенно в условиях кризиса, требует от отелей модернизации, как в технологиях, так и в сознании.

Однако существуют и определенные препятствия к внедрению новой технологии: стоимость самой инновационной разработки, необходимость адаптации к ней самого предприятия и то, что менеджеры, как правило, делают упор на получение дохода с текущей деятельности предприятия.

Инновационная деятельность в сфере гостеприимства сводится к следующим направлениям:

- выпуск новых видов гостиничных услуг;
- внедрение новой техники и технологии в производство привычных продуктов;
- использование новых ресурсов, ранее не использовавшихся;
- изменения в организации производства и потребления традиционных гостиничных услуг;

- поиск и завоевание новых рынков сбыта продукции.

Инновации в гостиничном бизнесе можно классифицировать следующим образом:

- Инновации в архитектурных технологиях
- Инновации в информационных технологиях
- Инновации в электронных технологиях
- Инновации в PR технологиях
- Инновации в экологических технологиях и т.д.

Остановимся подробнее на некоторых наиболее интересных новых технологиях и разберем, какие из них и как применяются на нашем рынке. Также попробуем просчитать их эффективность.

Архитектурные технологии

Имеется в виду появление новых видов гостиниц: гостиницы-капсулы, гостиницы-бочки, подводные и ледяные гостиницы, парящие воздушные гостиницы и многие другие виды, создаваемые, чтобы удовлетворить потребности в экзотическом виде отдыха.

Известно, что сеть World of Wonders строит здания гостиниц в виде известных исторических памятников. Есть у них Kremlin Palace и Venezia Palace.

Французский La Villa Hamster или Домик хомячка состоит всего из одного номера площадью 16 кв. м, в котором клиент по задумке создателей должен почувствовать себя настоящим грызуном. Дизайнеры решили продолжить эксперименты. Сейчас они хотят открыть отель с номерами, имитирующими утробу матери: там будет мягко, тепло и много приятных звуков [2].

Уже спроектирована орбитальная гостиница. По ожиданиям, она будет построена через 5 лет. Заказ номеров в орбитальном 5-звёздочном отеле доступен любому желающему [3].

Также совсем недавно на рынке появились бутик-отели. Это обычно дорогие отели со стилизованным или соответствующим определенной тематике интерьером. Иногда каждый номер бывает выполнен в своем уникальном стиле. Бутик-отель является шедевром отельного искусства, единственным и неповторимым продуктом, в отличие от массового предложения гостиничных сетей.

Информационные технологии

В настоящее время рынок информационных технологий развивается очень активно. Идет непрерывная работа по созданию программно-аппаратных систем, решающих задачи гостиничного бизнеса. Здесь можно выделить следующие технологии:

- система автоматизации работы гостиниц – позволяет создать единое информационное пространство для всех подразделений гостиничного комплекса, объединить все подразделения гостиничного комплекса в единое целое для организации и контроля работы пользователей и создать базу, предоставляющую оперативную отчетность в любой момент времени. Также помогают обеспечить высокий уровень сервиса (Такие программы как Fidelio, OPERA Enterprise Solution, Amadeus Property Management System являются наиболее распространёнными и используются во всём мире. Они необходимы для бронирования, учёта, регистрации и предоставления оперативной отчетности, а также оптимизации прибыли гостиницы. В этих программах сохраняются данные о гостях, их счета, контакты и многое другое);

- компьютерные системы бронирования. Компьютерные системы обеспечивают доступ к бронированию авиабилетов, гостиниц, круизных туров, прокату автомобилей. Наиболее известные системы бронирования: Amadeus – одна из самых больших туристских распределительных систем; GALILEO; WORLDSPAN – одна из ведущих в области технологий фирма в мире, которая постоянно предлагает новые разработки в сфере информационных услуг; системный комплекс Алеан (РФ) – компьютерная система бронирования нового поколения, построенная на новейших технологиях сети Интернет;

- интернет-технологии. Сегодня на рынок выходят новые возможности сети интернет. TVtrip.com и Trivop.com – это ведущие видеогиды по гостиницам, которые делают выбор отеля более простым, наглядным и увлекательным [4]. Созданные для облегчения поиска и выбора отеля потенциальными клиентами, сайты предоставляют беспристрастный минутный видеоролик, показывающий внешний вид отеля, интерьеры холлов, номеров и других зон.

Годовые затраты отелей на автоматизацию повышаются с каждым годом. Внедрение даже одного проекта управления гостиницей обходится в несколько десятков тысяч долларов. Сумма внушительная, а оценить рентабельность инвестиций в IT очень не просто. Однако внедрение IT-технологий позволяет достигнуть следующих целей:

- повышение производительности;
- снижение операционных издержек;
- повышение качества и скорости обслуживания клиентов;
- максимальное использование всех ресурсов. Основной ресурс гостиницы – её номерной фонд, и правильное управление процессом бронирования позволит использовать его наиболее эффективно.

Электронные технологии

Многие отели во всем мире сталкиваются с необходимостью переоборудования номеров и введения новейших электронных технологий, без которых просто немислим современный мир. Если до недавнего времени гости чаще обращали внимание на размер номера и бытовые удобства, то сейчас High-Tech все более востребован.

Ученые немецкого Института Фраунхофера создали модель «умного» гостиничного номера [5]. Номер оборудован «говорящим компьютером», который слушает голосовые.

Рестораны и отели Европы, США и Японии тестируют новую технологию заказа блюд при помощи сенсорных экранов, которая заменяет не всегда вежливых и иногда ошибающихся официантов. Корпорация Microsoft представила систему Microsoft Surface, которая превращает весь стол в большой сенсорный экран.

Для связи с персоналом отеля IBM предложили использовать устройство IBM's MASTOR со встроенным синхронным переводчиком. Гостю достаточно указать службу отеля, с которой он хотел бы связаться, а дальше можно говорить на своем родном языке. MASTOR автоматически распознает язык и выполнит синхронный перевод между гостем и персоналом отеля.

Также следует обратить внимание на роботизированную технику. Компания iRobot предложила использовать в номере робота – уборщика Roomba. Это небольшой тарелкообразный робот, который выполняет в номере бесшумную вакуумную уборку. Компания Motoman предложила оснастить гостиничный бар роботом, разливающим напитки и смешивающим коктейли.

PR технологии

Задача PR в гостиничном бизнесе состоит в том, чтобы достичь взаимопонимания, сформировать положительное отношение гостя к отелю на длительный период.

В условиях жесткой конкуренции на рынке гостиничных услуг менеджеры вынуждены прибегать к различным PR-акциям и креативным маркетинговым идеям. Однако масштабы осуществления PR-деятельности в гостиничном бизнесе в Беларуси по сравнению с зарубежом гораздо меньше.

Рассмотрим основные прогнозы и тенденции гостиничного маркетинга [6]:

- Создание тематических порталов – тематические порталы становятся одной из основных тенденций привлечения новых клиентов в гостиницы. Данный подход может дать хороший и быстрый результат, однако вначале потребуются большие инвестиции на создание и продвижение проекта.

- Онлайн-видеомаркетинг – онлайн-видеопрезентация. Зарубежные отели часто используют вирусный видеомаркетинг.

- Событийный маркетинг – распространение информации о событиях отеля или региона, в котором он находится.

- PR-акции (различного рода мероприятия): организация в гостинице выставок по искусству, проведение детских карнавалов, показов моды, недели кухонь различных регионов, всевозможные дискуссии и т.д.

Расчет эффективности PR в последних исследованиях производится по очень интересной формуле [7]:

Оценка PR – деятельности = Рост симпатий ÷ Стоимость PR

Считается, PR-деятельность приносит положительный эффект, если она ведет к росту симпатий к предприятию.

Экологические технологии

Одно из наиболее популярных и востребованных направлений в гостиничных технологиях – экологичность применяемых решений.

Отели класса «люкс» призывают сохранить окружающую среду посредством более экологичных технологий в сфере гостиничного бизнеса. Согласно последним исследованиям Международного Экологического Сообщества, более шестидесяти процентов американских туристов готовы платить большую сумму за номера в отелях, если те участвуют в программах охраны окружающей среды [8].

Innovation Hotel – инновационный эко-отель [9], использует солнечные панели на крыше для нагрева воды, ветряные генераторы для выработки электроэнергии, оконные стекла из вторсырья, мебель, полностью сделанную из переработанных материалов. Из бытовых отходов предполагается вырабатывать тепло и энергию, крыша с тонким слоем грунта и зелеными насаждениями помогает тепло- и звукоизоляции, а система сбора дождевой воды будет снабжать водой туалеты. Отработанное масло с кухни будет использоваться как биотопливо. Указатели из натурального базальта на входе и на газонах заменят пластиковые и металлические таблички. В отделке применяются нетоксичные краски. Пищевые отходы перерабатываются в удобрения.

Некоторые отели пошли другим путем. Например, один отель каждую пятницу организует семинары с гостями отеля, которые проводит профессиональный биолог. Вместе с ученым гости знакомятся с подводным миром коралловых рифов; изучают флору и фауну, обсуждают возможность сосуществования человека и природы.

Остается надеяться, что все подобные начинания станут не только престижными, но и смогут приносить ощутимые дивиденды, не обязательно в денежном выражении. Ведь инвестиции в охрану окружающей среды на данный момент – явление, скорее, исключительное, чем обычное. Хочется верить, что рано или поздно все вышесказанное станет актуальным и для Беларуси.

Гостиничный номер скоро перестанет быть просто комнатой с кроватью и столом. Новые технологии изменят не только внешний вид и гостиничное пространство, но и окажет серьезное влияние на все процессы в гостиничной сфере.

Это не все инновации в гостиничном бизнесе, потому что все их невозможно перечислить. Индустрия гостеприимства не стоит на месте, она очень стремительно развивается.

Что касается Беларуси, следует отметить, что развитие гостиничного фонда стало одной из самых сложных проблем, сдерживающих развитие туризма в целом [10]. В настоящее время в большинстве крупных городов существует значительный дефицит гостиниц. Средняя обеспеченность гостиничным фондом в Беларуси в настоящее время значительно уступает средневропейскому показателю (30 мест на тысячу жителей). Беларусь – одна из немногих стран Европы, которая не имеет международных цепей отелей, сеть которых концентрирует 1/3 мирового гостиничного фонда и новейшие технологические достижения. В большинстве крупных городов ведущие гостиницы не могут обслужить потоки гостей ни количественно, ни качественно. А уровень обслуживания во многих гостиницах остался на уровне в лучшем случае 60-70-х годов.

Однако не всё так плохо. В последнее время некоторые гостиницы подверглись модернизации. В ближайшие годы в Минске планируется построить не менее десятка новых гостиниц. Также в ближайшие четыре года голландская компания планирует построить 3-звездные отели в областных центрах и два отеля на 4 и 5 звезд в Минске [11].

Вот только чтобы в новых гостиницах появились гости, в Беларуси необходимо вводить европейский сервис и внедрять в наши гостиницы новые мировые технологии. Однако в белорусской гостиничной индустрии с этим пока есть проблемы.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Инновации в туризме: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В.С. Новиков. – М.: Издательский центр «Академия», 2007. – 208 с.
2. Самые необычные гостиницы мира [Электрон. ресурс] – Режим доступа: <http://www.veklem-tour.com/useful.php?cat=44>
3. Первая орбитальная гостиница будет построена через 5 лет [Электрон. ресурс] – Режим доступа: <http://reforum.ru/news/3911-pervaya-orbitalnaya-gostinitsa-budet-postroena-cherez-5-let.html>
4. Видеогиды по гостиницам: TVtrip и Trivop [Электрон. ресурс] – Режим доступа: <http://rekonline.ru/news/?uid=10>
5. В Германии создан "умный" гостиничный номер [Элек. ресурс] – Режим доступа: http://www.turkish-businessnews.net/rs/haber.asp?haber_id=2207
6. 10 основных тенденций гостиничного интернет-маркетинга в 2010 году [Электрон. ресурс] – Режим доступа: http://prohotelia.com.ua/2010/02/marketing_trends_2010/
7. Маркетинг гостиничной деятельности [Электрон. ресурс] – Режим доступа: <http://www.mebel-land.com/stroimotel/9.php>
8. Экологические дивиденды отелей [Электрон. ресурс] – Режим доступа: <http://www.ns1.999corp.ru/hotellada.ru>
9. IHG создает инновационный экологичный отель [Электрон. ресурс] – Режим доступа: http://www.turhotel.ru/news/ihg_sozdaet_innovatsionnyj_ekologichnyj_otel/
10. Белорусский туризм: тенденции и перспективы [Электрон. ресурс] – Режим доступа: <http://www.director.by/index.php/section-blog/28-oct2009/714-2010-02-05-13-04-21.html>
11. Гостиничный бизнес в Беларуси переживает бум [Электрон. ресурс] – Режим доступа: <http://bdg.by/news/economics/11817.html>

УДК 331.102.12

Богута И.И., Ильющеня П.И.

Научный руководитель: преподаватель Зайцева Н.И.

ЛИЗИНГ ПЕРСОНАЛА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

В быстро меняющихся экономических условиях белорусские предприятия вынуждены искать новые технологии управления человеческими ресурсами, стремясь оптимизировать затраты на персонал. Одной из новых для белорусского рынка труда технологий является так называемый «лизинг персонала». Сущность лизинга персонала заключается во временной передаче одного или нескольких сотрудников, работающих на основании трудового договора в кадровом агентстве организации-заказчику на правах аренды. На сегодняшний день данная услуга нова, она не получила достаточного распространения и не имеет отражения в законодательстве. Для запада же такая схема использования рабочей силы явление привычное. В США и многих странах Западной Европы около 1% от общего количества занятых людей состоят в штате кадровых агентств – лизингодателей. О размере рынка лизинговых услуг в мире можно судить исходя из того, что ежегодно число компаний, специализирующихся на кадровом лизинге, увеличивается в 1,5 раза. Суммарный оборот данных компаний превышает 60 млрд. долларов в год.

К лизингу персонала прибегают чаще всего в тех случаях, когда необходимо привлечь высококвалифицированных специалистов, если потребность в них не носит постоянный характер, а сфера их деятельности находится в рамках бухгалтерского учета, аудита, юриспруденции и других областях, в которых действуют специализированные компании. Данной услугой пользуются при появлении в компании вакантных мест на короткий период (например, на период отпусков, отчетных периодов). Сезонность работы в некоторых компаниях обуславливает расширение штата в пик сезона и сокращение в остальное время.

Существуют два вида услуг в области кадрового лизинга – предоставление во временное пользование отдельных специалистов и формирование штата организации в будущем. По аналогии с физическим капиталом первый вид лизинга можно сравнить с оперативной арендой, так как оперативный лизинг сотрудников, как правило, носит краткосрочный характер. При использовании второго вида лизинга зачастую наблюдается перевод арендованных сотрудников в собственный штат организации.

Стандартная схема функционирования лизинга персонала состоит из последовательности определенных этапов. Сначала лизингодатель отбирает специалистов согласно требованиям лизингополучателя с помощью особых методик. После прохождения всех отборочных процедур специалисты принимаются в штат лизингодателя и становятся полноправными, постоянными сотрудниками кадрового агентства, работающими по договору. Затем происходит выбор конкретного варианта лизинговой схемы для лизингополучателя. На завершающем этапе специалисты предоставляются лизингополучателю для выполнения оговоренных в договоре функций в течение согласованного срока.

Лизинг персонала представляет собой правоотношения, складывающиеся между работником, кадровым агентством и заказчиком. Договор заключается не между работником и нанимателем, а между работником и кадровым агентством, т.е. освобождает нанимателя от оформления трудовых отношений с работником. Для нанимателя такая форма достаточно выгодна. Лизинг персонала способствует сокращению кадрового депопроизводства в компании, исключает затраты на расчет заработной платы, практически отсутствуют риски, связанные с выплатой компенсации в случае увольнения такого работника, кроме того, возможна экономия на социальном пакете. Некоторые компании прибегают к услуге, желая минимизировать свои налоговые потери при исчислении фонда оплаты труда и упростить процедуру привлечения специалистов.

В странах Западной Европы и США кадровые агентства набирают в штат не только готовых специалистов, а возвращают собственный лизинговый потенциал. Такие агентства отбирают перспективную молодежь, инвестируют в нее средства с тем, чтобы со временем сдать высокопрофессиональных специалистов в аренду компаниям, в них нуждающимся.

Лизинг персонала оказывает благоприятное влияние на снижение безработицы, развитие малого и среднего бизнеса. Лизинг персонала позволит предприятиям реализовывать проекты, которые были бы невозможны (с точки зрения затрат и качества трудовых ресурсов) при традиционной форме найма сотрудников. В условиях экономического кризиса данная услуга позволит оптимизировать издержки национальных предприятий на содержание высококвалифицированного персонала, тем самым повысив конкурентоспособность продукции (работ, услуг) как на внутренних, так и на внешних рынках.

Развитие лизинга персонала в Республике Беларусь тормозится вследствие несовершенства законодательной базы, нестабильности спроса на высококвалифицированных специалистов при условии их временного привлечения, недостаточной информированности о данных услугах среди субъектов экономики. Белорусское трудовое законодательство на сегодняшний день не предусматривает лизинговых отношений в сфере найма рабочей силы. Но, несмотря на все трудности, за лизингом персонала в Республике Беларусь хорошее будущее.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Домбровская, М.К. Лизинг персонала в Республике Беларусь: мнение юриста / М.К. Домбровская // Кадровик. Управление персоналом. – 2009. – №6. – С.120-122.

2. Миронов, А. Лизинг персонала в России: прошлое, настоящее, будущее. [Электронный ресурс]. – Брест, 2011. – Режим доступа: http://www.jobhunter.ru/articles_other_4.htm. – Дата доступа: 10.03.2011.

УДК 94(438)

Васюк Е.Г.

Научный руководитель: канд. ист. наук, доцент, Малыхина Л.Ю.

КАТЫНСКАЯ ТРАГЕДИЯ КАК КАТАЛИЗАТОР ВЗАИМООТНОШЕНИЙ РЕСПУБЛИКИ ПОЛЬША И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Несмотря на то, что прошло более 70 лет после расстрела органами НКВД около 22 тысяч интернированных во время германо-польской войны польских военнопленных в 1940 г. в Катынском лесу Смоленской области РСФСР, эта трагедия остаётся кровоточащей раной во взаимоотношениях Польши со своими восточными соседями. Прежде всего, «Катынское дело» затрагивает отношения между Республикой Польша и Российской Федерацией – правопреемницей СССР.

В конце 1980-х гг. советская версия событий, основанная в 1943 г. на заключениях «Специальной комиссии по установлению и расследованию обстоятельств расстрела немецко-фашистскими захватчиками в Катынском лесу военнопленных польских офицеров» под руководством академика Н.И. Бурденко, была подвергнута сомнению. А 13 апреля 1990 г. советская сторона официально признала ответственность НКВД за содеянное преступление: было опубликовано официальное заявление ТАСС о «непосредственной ответственности за злодеяния в Катынском лесу Берии, Меркулова и их подручных», что квалифицировалось как «одно из тяжких преступлений сталинизма». Тогда же президент СССР М.С. Горбачёв передал президенту Польши В. Ярузельскому списки расстрелянных польских военнопленных (формально это были списки-предписания на отправку этапов из Козельского и Осташковского лагерей в распоряжение УНКВД по Смоленской и Калининской областям, а также список учётных дел убиавших военнопленных Старобельского лагеря) и некоторые другие документы.

Многое было сделано для установления правды о Катынской трагедии после распада Советского Союза. На протяжении последних 20 лет происходило формирование современной официальной версии событий в Катыни. Обсуждение названной проблемы давно уже вышло из рамок исторического исследования и является катализатором взаимоотношений между Польшей и Россией. Российское руководство открыло доступ к исследованию и публикации материалов ранее засекреченных архивов, была дана правовая и политическая оценка уничтожению по приказу Сталина польской элиты, вышло множество научных работ, документальных и художественных фильмов о событиях 1939 – 1940 гг.

В 1992 г. было сделано Заключение комиссии экспертов Главной военной прокуратуры РФ по уголовному делу № 159 о расстреле польских военнопленных из Козельского, Осташковского и Старобельского спецлагерей НКВД, что опровергло выводы комиссии Н. Бурденко о расстреле польских граждан осенью 1941 г. немцами. Однозначно указывалось, что данное преступление было совершено органами НКВД.

Важное значение для укрепления взаимопонимания по проблеме Катынской трагедии имело увековечение в России и на Украине памяти поляков – жертв сталинского тоталитарного режима. Открытие мемориальных комплексов было приурочено к 60-летию Катынской трагедии.

28 июля 2000 г. состоялось торжественное открытие Государственного мемориально-го комплекса «Катынь» – первого в России международного памятника жертвам произвола сталинского государства. Организаторами создания и инвесторами строительства выступили Министерство культуры Российской Федерации и Совет по охране памяти, борьбы и мученичества Республики Польша.

Был также создан украинско-польский мемориал под Харьковом. Он был открыт в 6-ом квартале лесопарковой зоны Харькова 17 июня 2000 г. Здесь установлены таблички с фамилиями каждого казнённого в 1940 г. польского офицера. В Харькове, на перекрёстке улиц Раднаркомовской и Чернышевской, где в свое время было расположено областное управление НКВД и производились расстрелы, установлена мемориальная доска.

В сентябре 2000 г. также был открыт мемориальный комплекс на месте расстрела польских военнопленных и гражданских лиц в Медном Тверской области России. На его открытии присутствовал премьер-министр Польши Ежи Бузек и маршалок сейма Мацей Плажиньски. С российской стороны в церемонии открытия участвовал В. Рушайло.

Проблема Катыни часто затрагивается на совместных встречах польского и российского руководства. Так, 16 января 2002 г. президент России В.В. Путин возложил цветы к могиле Неизвестного солдата в Варшаве, где находится земля из Катыни, и пообещал провести тщательное расследование по вопросу о событиях 1940 г., полагая, что памятники польским офицерам и судьба красноармейцев, погибших в польских лагерях во время советско-польской войны 1919-1921 гг., должны «стать символами общей скорби и взаимного прощения».

Однако на российское общественное мнение по-прежнему ощутимое влияние оказывают политические силы, которые стремятся поставить под сомнение факт расстрела НКВД польских офицеров весной 1940 г. Несмотря на убедительные аргументы, ряд российских прокоммунистических юристов, политиков и публицистов, некоторые историки в настоящее время придерживаются официальной советской версии Бурденко. Известными её сторонниками являются: заместитель Председателя Комитета Госдумы по конституционному законодательству и государственному строительству, член фракции КПРФ В.И. Илюхин, публицисты А.Б. Широкоград и Ю.И. Мухин, политолог В.Н. Швед и др. [1]. Среди сторонников советской версии отсутствует полная единая версия событий. Некоторые из них заявляют, что расстрел поляков был планомерной акцией уничтожения польской аристократии и евреев немцами в 1941 г., частью данной акции было убийство львовских профессоров (1941), признанное преступлением немецких оккупационных войск.

Окончательное признание вины за репрессии в отношении польских граждан за органами НКВД затруднено тем, что в России остаются засекреченными часть уголовных дел польских военнослужащих, а также тем, что было принято постановление Главной военной прокуратуры от 2004 г. о закрытии уголовного дела в отношении исполнителей катынского злодеяния. Хотя и сейчас существует необходимость в дальнейшем изучении накопленных фактических данных, конкретизации сведений о репрессивной деятельности органов НКВД в отношении польских граждан, систематизации опубликованных источников по теме.

Во время официального визита в Российскую Федерацию в 2007 г. польский президент Лех Качиньский посетил Катынский мемориал под Смоленском.

24 октября 2008 г. Хамовнический суд Москвы закончил рассмотрение жалобы родственников польских офицеров, расстрелянных в 1940 г. близ села Катынь, на действия Главной военной прокуратуры, ранее отказавшейся рассматривать вопрос о политической реабилитации погибших; жалоба была судом полностью отклонена. 29 января 2009 г. Верховный суд РФ поддержал решение Хамовнического суда. На сегодняшний день «катынское дело» рассматривается Европейским судом по правам человека.

В ноябре 2009 г. прошли финальные обсуждения совместной российско-польской рабочей Группы по сложным вопросам. Особо были отмечены итоги визита премьер-

министра России В.В. Путина в Польшу 1 сентября 2009 г. и видеовыступление президента России Д.А. Медведева 30 октября 2009 г., в котором была подчеркнута необходимость «изучать прошлое, преодолевать равнодушие и стремление забыть трагические стороны».

7 апреля 2010 г. председатель Правительства России В.В. Путин и премьер-министр Польши Дональд Туск посетили Катынь. На совместной пресс-конференции В.В. Путин высказал своё «личное мнение», что массовый расстрел польских офицеров под Катынью был мстью И.В. Сталина за поражение в советско-польской войне, в которой он лично принимал участие как член Реввоенсовета Юго-Западного фронта.

10 апреля 2010 г. под Смоленском потерпел катастрофу правительственный самолет Польши Ту-154, на борту которого находилось 96 человек, в том числе 88 членов польской делегации во главе с президентом Польши Л. Качиньским, которые направлялись в Катынь для участия в мемориальных мероприятиях; все находившиеся на борту погибли. 18 апреля 2010 г. президент России Д.А. Медведев, находясь в Кракове в связи с церемонией похорон Леха Качиньского и его супруги Марии заявил, что Катынская трагедия – это следствие преступления Сталина и ряда его подчинённых.

На следующий день – 19 апреля 2010 г. в противовес президентской позиции КПрФ в Государственной думе организовала круглый стол на тему «Катынь – правовые и политические аспекты», в работе которого приняли участие сторонники советской версии катынского расстрела. Результатом проведённой работы стало письмо В.И. Илюхина президенту России Д.А. Медведеву.

28 апреля 2010 г., по просьбе Д.А. Медведева, документы «пакета № 1» были официально опубликованы на сайте Росархива. По состоянию на 2010 г., 116 из 183 томов уголовного дела, а также текст постановления Главной военной прокуратуры о закрытии уголовного дела в 2004 г., оставались засекреченными.

Однако имеется хорошая перспектива для решения и данной проблемы. Залогом этому является значительное потепление российско-польских отношений. Накануне официального визита в Польшую Республику президента Российской Федерации Д.А. Медведева, запланированного на декабрь 2010 г., Государственная дума России 26 ноября 2010 г. приняла заявление «О Катынской трагедии и её жертвах». В нём прямо говорится, что «...массовое уничтожение польских граждан на территории СССР во время Второй мировой войны стало актом произвола тоталитарного государства...», «...опубликованные материалы... свидетельствуют..., что Катынское преступление было совершено по прямому указанию Сталина и других советских руководителей».

Часть российской политической элиты и интеллектуалов, прежде всего связанных с КПрФ, негативно встретила данное заявление, утверждая, что данный документ наносит урон престижу России, Российскому государству не за что каяться. В выступлениях, письмах, обращениях немногочисленные, но достаточно шумные сторонники версии Катыни по Н. Бурденко требуют прекратить, по их мнению, очернять блестящее советское прошлое и лично И. Сталина.

На пресс-конференции по итогам встречи президентов Польши и России в Варшаве в декабре 2010 г. Б. Комаровский сказал: «Нам представляется важным принятие Государственной думой России постановления по вопросу о Катынском расстреле. Не только между президентами, но и между нашими странами в целом начинается не просто новая, но и очень хорошая глава в наших отношениях. Новая глава в той книге, которую мы пишем уже более тысячи лет».

В свою очередь президент России Дмитрий Медведев заверил, что диалог двух стран по Катынской трагедии будет продолжаться: «За последнее время Россия пошла на це-

льный ряд беспрецедентных шагов, которые были направлены на расчистку наследия прошлого, включая и передачу соответствующих архивных материалов «Катынского дела»; и заявления со стороны нашего парламента, Государственной думы. Такая линия будет продолжена. Мы избрали её абсолютно осознанно. Я сделал соответствующий выбор. И мы с этого пути не свернём. Мы должны знать правду. Это нужно и полякам, и, в не меньшей степени, гражданам нашей страны, россиянам».

11 апреля 2011 г. в 71 годовщину катынской трагедии и 1 годовщину катастрофы польского президентского самолёта под Смоленском президент Польши Б. Комаровский посетил с ответным визитом российского президента. Во время встречи в смоленской библиотеке глава российского государства по итогам переговоров со своим польским коллегой заявил, что за события в Катыни, где в 1940 г. были расстреляны несколько тысяч польских военных, несут ответственность руководители СССР: «Ответственность за эти преступления несут руководители советского государства того периода. Попытки представить иные версии не основаны ни на исторических фактах, документах, ни на моральных соображениях. В этом плане позиция российского государства остается неизменной». Д. Медведев отметил, что российское государство дало исчерпывающие оценки причинам того, что произошло, и того, кто виновен «в этом тяжелейшем преступлении».

В свою очередь, президент Польши Б. Комаровский сказал, что рассчитывает на полную реабилитацию жертв Катыни, в том числе и в юридическом плане, и на дальнейшее рассекречивание документации по «Катынскому делу». Во время встречи в здании Генпрокуратуры РФ в Москве польской стороне были переданы 11 томов копий материалов расследования уголовного дела по факту массовой казни польских военнослужащих.

Таким образом, встречи высшего руководства России и Польши показали, что обе стороны осознают важность налаживания конструктивного сотрудничества и решения сложных проблем, доставшихся от прошлого. Тем не менее юридическая незавершенность Катынского дела, непрекращающаяся идеологическая борьба вокруг наследия прошлого чревата попятными движениями, потерей не только темпа продвижения вперед, к закрытию дела, но и достигнутых успехов в этой области.

Эволюция правосознания в России всё ещё остается сложным и противоречивым процессом, в котором противоборствуют различные тенденции, имеет место живучесть прежних тоталитарных идеологем. Развитию этого процесса мешает трудность достаточно глубокого переосмысления сути сталинского режима и деформированного характера проводимой Сталиным внешней политики. Это во всём объёме проявлялось в трактовке проблематики кануна и начала Второй мировой войны и накладывало отпечаток на трактовку и завершение Катынского дела.

В Польше также имеются определённые силы, которые стремятся использовать катынскую трагедию в достижении собственных политических целей. Их высказывания отличаются откровенной русофобией, подчёркиванием того, что на протяжении последних 300 лет ничего позитивного в отношениях Польши и России не было.

В Катынской трагедии проследивается и так называемый «белорусский след» – по мнению историка Н. Лебедевой, это около 4 тыс. фамилий расстрелянных на территории БССР польских граждан. Ряд исследователей предполагает, что после приказа Л. Берии от 22 марта 1940 г. о переводе всех заключённых польских граждан из тюрем БССР в Минскую тюрьму, их список мог оказаться в Москве. Высказываются также предположения, что он мог быть уничтожен во время поспешного оставления советскими войсками Минска в 1941 г. Если же данный документ в настоящее время находится в Республике Беларусь, то его передача польской стороне была бы жестом доброй воли и способствовала бы значительному улучшению белорусско-польских отношений.

Таким образом, распад СССР сделал возможным в новой демократической России сказать правду о Катынской трагедии, что привело к значительному потеплению в российско-польских отношениях. Однако до полного решения Катынской проблемы ещё далеко.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Швед, В.Н. Тайна Катыни. Дело Геббельса / В.Н. Швед. – Москва: Алгоритм. – 2007.
2. Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / – Режим доступа: <http://katyn.ru> – Дата доступа: 09.04.2011.

УДК 331.105.2/4(476)

Веремейчук С.И.

Научный руководитель: ст. преподаватель Сметюх А.В.

ПЕРСПЕКТИВЫ СОТРУДНИЧЕСТВА ГОСУДАРСТВА И ЧАСТНОГО БИЗНЕСА

В экономике развитых и некоторых развивающихся стран возникла особая форма взаимодействия частного бизнеса и государственной власти, то есть партнерство государственного и частного сектора. **Государственно – частное партнерство** – это своего рода альянс как институциональный, так и организационный государственной власти и частного бизнеса, объединенных общей целью реализации значимых проектов, таких, как развитие стратегически важных отраслей экономики и предоставление общественных услуг в масштабах всей страны или отдельных территорий. В наше время форма взаимодействия государства и частного бизнеса является характерной чертой современной смешанной экономики.

Задействовать преимущества обеих видов собственности без глубоких социальных перемен и потрясений можно в рамках государственно-частного партнерства. С одной стороны, государство несет ответственность перед обществом за бесперебойное обеспечение общественными благами, чем и объясняется тенденция к сохранению ряда отраслей и производств в государственной собственности. С другой стороны, частному предпринимательству присущи мобильность, высокая эффективность использования ресурсов, склонность к инновациям.

Государство во всех условиях остается субъектом публично – правовых отношений. Это обстоятельство оказывается ключевым и для гражданско-правовых отношений, в которых государство не может выступать в качестве рядового субъекта гражданского права. Именно поэтому нельзя ставить вопрос об изначальном равноправии государственного и частного партнеров в рамках государственно-частного партнерства. Государство становится особым субъектом гражданского права. Это выражается, во-первых, в том, что государство само определяет правовые рамки, которыми должны руководствоваться все субъекты гражданско-правовых отношений; во-вторых, государство сохраняет властные функции, так как может принимать административные акты. В соответствии с этим государственно-частные проекты представляют собой не простое сложение ресурсов, а совершенно особую форму интересов и соответствующих правомочий партнеров. Государство является носителем общественно значимых интересов и целей, а также исполняет контрольную функцию. Оно заинтересовано как в эффективности общих результатов проекта государственно-частного партнерства, так и в обеспечении собственного коммерческого эффекта. Частный партнер, как всякий нормальный предприниматель, преследует цель максимизации прибыли. Поэтому в рамках коммерческих интересов между партнерами вполне уместен торг о возможном разделе возникающих рисков, о характере правомочий и условиях их передачи и использования.

Модели и структура государственно-частного партнерства разнообразны, но имеются особые черты ГЧП, отличающие от других форм отношений государства и частного бизнеса:

- ❖ определенные сроки действия соглашений о партнерстве (проекты могут быть созданы под конкретный объект, который должен быть завершен к установленному сроку);
- ❖ специфические формы финансирования проектов;
- ❖ обязательное наличие конкурентной среды;
- ❖ специфические формы распределения ответственности между партнерами;
- ❖ разделение рисков между участниками соглашения на основе соответствующих договоренностей сторон.

Обе стороны партнерства заинтересованы в успешном осуществлении проектов в целом. Проекты государственно-частного партнерства облегчают выход на мировые рынки капиталов, стимулируют привлечение иностранных инвестиций в реальный сектор экономики. Каждый партнер вносит свой вклад в общий проект.

Бизнес обеспечивает финансовые ресурсы, профессиональный опыт, эффективное управление, оперативность в принятии решений. При этом непосредственно идет внедрение оптимальных методов работы, совершенствование техники и технологий, создание новых предприятий, налаживание хозяйственных связей с поставщиками и подрядчиками.

Государство обеспечивает правомочия собственника, возможность предоставления налоговых и иных льгот, гарантий, а также материальных и финансовых ресурсов. В таком виде партнерства государство получает возможность исполнением своих основных функций – контроль, регулирование, соблюдение общественных интересов. Общественная значимость государственно-частного партнерства заключается в том, что в итоге выигрывает общество как потребитель более качественных услуг.

В зависимости от характера решаемых задач все формы партнерства можно подразделить на отдельные типы (модели).

Организационные модели. К ним относят наиболее распространенный тип ГЧП – концессии. При этом сотрудничество публичного и частного партнеров осуществляется за счет привлечения третьих организаций, переуступок отдельных функций и контрактных обязательств, использования возможностей передачи объектов во внешнее управление.

Модели финансирования – это такие формы, как коммерческий наем, аренда, все виды лизинга, предварительное и интегрированное проектное финансирование.

Модель кооперации – это формы и методы объединения усилий ряда партнеров, отвечающих за отдельные стадии общего создания новой потребительской стоимости.

В последние годы области применения различных форм государственно-частного партнерства стремительно расширяются, бурно развиваются и сами формы партнерств. Так, если концессионные соглашения первоначально применялись при сооружении автострад, автостоянок, обеспечении централизованным теплоснабжением, то в настоящее время они получили распространение в таких сферах, как национальная оборона, образование, кабельное телевидение, некоторые виды городского общественного транспорта. В ряде стран частный бизнес проектирует и строит больницы, школы и другие общественные проекты, а затем управляет ими.

При реализации проектов государственно-частного партнерства используются различные механизмы сотрудничества государственных структур и предприятий частного бизнеса. Они дифференцируются в зависимости от объема передаваемых частному партнеру правомочий собственности, инвестиционных обязательств сторон, принципов

разделения рисков между партнерами, ответственности за проведение различных видов работ. В настоящее время, когда во главе развития регионов и национальной экономики стоят инновации, особый интерес представляет реализация данного вида партнерства в сфере образования и науки.

Анализ литературы позволил выделить следующие механизмы государственно-частного партнерства в области управления содержанием образования:

1. совместные образовательные проекты (цель механизма – обеспечение эффективной организации и достижение наилучших результатов в области реализации образовательных мероприятий за счет тесного сотрудничества между представителями практической деятельности и слушателями и участниками образовательных проектов; совместные проекты могут быть реализованы в форме партнерских конференций, круглых столов, семинаров, презентаций, мастер-классов);
2. участие преподавателей учреждений образования (далее – УО) в корпоративных программах (цель этой программы – повышение квалификации специалистов предприятия с учетом современных образовательных технологий, реализация обмена опытом между сферой производства и сферой образования; данный механизм является также дополнительным источником финансовых ресурсов, как для учебного заведения, так и для преподавателей УО);
3. заказы на подготовку специалистов (цель реализации механизма – привлечение вузом инвестиций для повышения качества образовательных программ и развития материально-технической базы УО, удовлетворения потребностей экономики в высококвалифицированных специалистах);
4. проекты в области издательской деятельности (цель – популяризация идей и практических решений, на основе которых реализуются различные образовательные программы; тематика выпускаемой учебной, научной или научно-практической продукции должна разрабатываться совместно учреждениями образования и компаниями частного сектора, испытывающими потребности в развитии и исследовании конкретного направления);
5. участие в разработке образовательных и квалификационных стандартов (цель – обеспечение адаптации действующих и созданных новых образовательных и квалификационных стандартов в соответствии с изменяющимися потребностями реального сектора экономики, новыми технологиями и инновациями в производственном секторе и сфере услуг);
6. создание образовательных центров или иных образовательных структур (цель – реализация программ в области подготовки или переподготовки собственных, а также сторонних кадров).

Участниками этих механизмов являются государственное УО и субъект частного сектора (физическое или юридическое лицо, группа лиц).

В заключение можно сказать, что эффективное партнерство между государством и частным бизнесом – это большие возможности в реализации совместных проектов. Однако такое партнерство реально только при условии полной ясности и предсказуемости стратегии дальнейшего развития страны. Без этого, без уверенности в стабильности «правил игры» от бизнеса нельзя ожидать ничего, кроме показного интереса и формального участия в крупномасштабных проектах государства.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Груздов, В.В. Государственно-частное партнерство как один из инструментов инновационного развития // <http://www.rosprom.gov.ru/news.php?id=3721>.
2. Ефимова, Л.И. Некоторые модели государственно-частных партнерств: тенденции и зарубежный опыт // http://www.eatc.ru/rus/doc/id_711.book_1.php.

ПРОДАЖА ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ЕДИНОГО ИМУЩЕСТВЕННОГО КОМПЛЕКСА

На сегодняшний день наша страна столкнулась с серьезными экономическими проблемами. Особенно остро ощущается нехватка иностранной валюты, что негативно сказывается на условиях деятельности отечественных предприятий.

В условиях всеобщего спада экономики на предприятия ложится большая финансовая нагрузка, с которой далеко не всем удается справиться.

Многие предприятия сталкиваются с проблемой неплатежеспособности. По официальной статистике в настоящее время в Республике Беларусь около трети всех предприятий относятся к числу неплатежеспособных.

Общее количество дел об экономической несостоятельности (банкротстве), находящихся в производстве хозяйственных судов по состоянию на 01.02.2011, составило 1412 дел, из которых количество дел об экономической несостоятельности (банкротстве) организаций частной формы собственности составляет 1347 дел, то есть 95,3% от общего количества дел данной категории.

Также в соответствии с обобщенной информацией количество дел, по которым принято решение о банкротстве с ликвидацией, значительно преобладает над количеством дел, по которым вынесено решение о назначении санации.

Проанализировав один из аспектов процедуры банкротства, а именно – продажу предприятия как имущественного комплекса, необходимо отметить, что единичные дела заканчивались продажей предприятия – банкрота как имущественного комплекса (по Брестской области за последние 7 лет было продано всего 3 предприятия). Основная причина этого – отсутствие интереса покупателей к таким предприятиям, так как их имущество, как правило, устаревшее и изношенное, в комплексе не представляет большой ценности.

Далее, в качестве примера, будет рассмотрена процедура продажи одного из предприятий Брестской области как единого имущественного комплекса.

Кобринское коммунальное унитарное предприятие «Фирменный магазин «Меркурий». Полномочия собственника имущества осуществляет Кобринский районный Совет депутатов. Уполномоченным органом по управлению и распоряжению имуществом является Кобринский исполнительный комитет.

Причинами банкротства предприятия являлся комплекс внутренних и внешних факторов. Главными из них являются низкий уровень управленческого персонала и вымывание собственного оборотного капитала из-за превышения затрат над доходами, то есть убыточная деятельность предприятия в течение продолжительного периода, в конечном итоге сократились объемы продаж, предприятие утратило способность своевременно осуществлять платежи. Все это привело к возникновению кредиторской задолженности и заблокировало финансовую деятельность предприятия.

В итоге Хозяйственный суд Брестской области возбудил дело о банкротстве, установил защитный период и назначил временного управляющего.

Далее временный управляющий провел анализ финансового состояния предприятия и подтвердил устойчивый характер его неплатежеспособности, а также отсутствие ложного и преднамеренного банкротства.

В связи с этим суд возбудил конкурсное производство, а также назначил антикризисного управляющего.

За период с момента открытия конкурсного производства были осуществлены следующие мероприятия:

• суд отстранил орган управления общества (учредителя), а также директора на период конкурсного производства;

• антикризисный управляющий по акту приема-передачи принял имущество, средства, штампы и печати;

• следующим шагом стало опубликование сообщения об открытии конкурсного производства, а также информация о первом собрании кредиторов в журнале «Вестник ВХС», газете «Заря» и «Республика»; Срок предъявления требований кредиторов – 2 месяца;

• после должного уведомления в надлежащем порядке известных управляющему кредиторов проведено первое собрание кредиторов, на котором был избран комитет кредиторов, принято решение о введении санации;

• управляющий составил реестр требований кредиторов;

• в соответствии с законодательными актами управляющим проведен анализ финансового состояния и платежеспособности должника, а также подготовлено заключение;

• для подготовки плана санации управляющим проведена оценка имущества должника с привлечением независимых специалистов;

• согласно заключению специалистов рыночная стоимость имущества активов предприятия как имущественного комплекса составила 267 572 343 белорусских рублей;

• в течение 2-х месяцев со дня опубликования в газете «Республика» управляющим рассмотрены 44 требования кредиторов на сумму 187 724 057 рублей;

• собранием кредиторов утвержден представленный план санации, предусматривающий продажу предприятия как имущественного комплекса на торгах в форме аукциона по оценочной стоимости, произведенной специалистами, с дополнительными условиями: сохранение профиля предприятия и рабочих мест в течение 5 лет;

• Хозяйственный суд Брестской области признал КУТП «ФМ «Меркурий» экономически несостоятельным и ввел в отношении него санацию согласно утвержденному плану;

• антикризисный управляющий назначил проведение аукциона, который в последствии не состоялся, так как была подана всего 1 заявка на участие, в связи с чем комитет кредиторов дал согласие на продажу предприятия как единого имущественного комплекса по прямому договору купли-продажи единственному участнику аукциона ОАО «Торговое предприятие «Надзея» по цене 268 375 660 рублей и с дополнительными условиями: сохранение профиля предприятия и рабочих мест в течение 5 лет;

• далее для продажи предприятия управляющий обратился в Научно-производственное государственное республиканское унитарное предприятие «Национальное кадастровое агентство» г. Минск – единственный в республике регистратор, где КУТП «ФМ «Меркурий» был зарегистрирован как единый имущественный комплекс;

• впоследствии предприятие было продано.

За счет вырученной суммы от продажи предприятия как имущественного комплекса управляющим удовлетворены все заявленные требования кредиторов в полном объеме.

В итоге можно сказать, что продажа предприятия является действенной мерой, которая позволяет: значительно сократить сроки проведения процедуры банкротства; покупателя предприятия как имущественного комплекса получить в итоге полноценное предприятие, в котором зарегистрированы все имущественные права и объекты.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. О некоторых мерах по оптимизации процедур экономической несостоятельности (банкротства): Указ Президента Республики Беларусь от 25.06.2010 г. № 328.

2. О некоторых вопросах экономической несостоятельности (банкротства): Указ Президента Республики Беларусь от 12.11.2003 г. № 508.

3. Гражданский кодекс Республики Беларусь.

4. Об экономической несостоятельности (банкротстве): Закон Республики Беларусь от 18.07.2000 г.

5. О хозяйственных обществах: Закон Республики Беларусь от 09.12.1992 г.

УДК 347.77(075)

Иолоп Е.М.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Машинский В.В.

ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ ПЕРЕДАЧИ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

В современной экономике роль инноваций значительно возросла. Без применения инноваций практически невозможно создать конкурентоспособную продукцию, имеющую высокую степень наукоемкости и новизны. Таким образом, в рыночной экономике инновации представляют собой эффективное средство конкурентной борьбы, так как ведут к созданию новых потребностей, к снижению себестоимости продукции, к притоку инвестиций, к повышению имиджа (рейтинга) производителя новых продуктов, к открытию и захвату новых рынков, в том числе и внешних.

Для того чтобы правильно и законно использовать результаты научной деятельности в бизнесе, необходимо познакомиться с таким основным понятием, как интеллектуальная собственность.

Интеллектуальная собственность – это права на результат интеллектуальной деятельности в любой сфере: на новую идею, техническое устройство, способ, музыкальное или литературное произведение, дизайнерское решение и т.д. Интеллектуальная собственность (ИС), как и любая другая собственность, кому-то принадлежит и охраняется законом. Если Вы хотите использовать результаты интеллектуальной деятельности других в своем бизнесе, то Вам необходимо знать, как это сделать законно.

Современные формы передачи результатов ИД можно разделить на 2 группы: некоммерческие и коммерческие.

Некоммерческие средства относятся преимущественно к технологическому обмену и реализуются путем передачи научно-технической информации или в результате научно-технического сотрудничества.

Технологический обмен в некоммерческой фирме происходит посредством научно-технических публикаций, проведения конференций, семинаров, выставок, ярмарок, подготовке и переподготовке кадров, а также с использованием других доступных средств.

При этом некоммерческие формы передачи должны ограничиваться сведениями общеинформационного или рекламного характера без раскрытия сущности технологии изготовления изделий, способов обработки и других сведений, которые могут помешать их коммерческой реализации.

Коммерческая форма передачи результатов ИД реализуется посредством лицензионных, инжиниринговых, кооперационных, франчайзинговых и других видов соглашений. В ряде случаев им предшествуют предлицензионные соглашения, которые предусматривают передачу за определенное вознаграждение потенциальному покупателю лицензии более полной информации, включая ноу-хау, для ознакомления и опытной проверки эффективности технологии в условиях своего предприятия [1].

Основной формой передачи имущественных прав в сфере интеллектуальной собственности является договор. Договором признается соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей (п. 1 ст. 390 ГК).

Правовой формой использования ОИС заинтересованными лицами являются договоры об уступке прав, лицензионные договоры, авторские договоры.

Лицензионный договор представляет собой соглашение, по которому одна сторона – владелец имущественных прав (лицензиар) предоставляет другой стороне (лицензиату)

право (разрешение) на использование объекта интеллектуальной собственности на условиях, предусмотренных договором. При этом лицензиат принимает на себя обязательство вносить лицензиару предусмотренные договором платежи.

Лицензионные договоры могут быть самостоятельными и сопутствующими.

При заключении самостоятельного лицензионного соглашения продавца не интересует, как и каким образом будут использоваться покупателем объекты интеллектуальной собственности.

Сопутствующие лицензионные договоры предусматривают одновременно с передачей прав на использование лицензионных объектов заключение контракта на строительство предприятия, поставку комплектующих изделий или оказание инжиниринговых услуг.

Неисключительная лицензия дает право продавцу (лицензиару) самостоятельно использовать объект промышленной собственности и выдать аналогичные лицензии другим заинтересованным лицам (лицензиатам).

Исключительная лицензия предусматривает монопольное право покупателя (лицензиата) использовать технологию (изобретение) на данной территории. При этом продавец (лицензиар) отказывается от самостоятельного использования лицензии и ее продажи на этой территории [2].

Заключение договора об уступке прав означает полную передачу правообладателем всех имущественных прав другому лицу, которое становится владельцем этих прав со всеми вытекающими последствиями. Происходит, таким образом, смена правообладателя [1].

Примером договора уступки прав является **договор факторинга** – договор, по которому одна сторона (финансовый агент) передает или обязуется передать другой стороне (клиенту) денежные средства в счет денежного требования клиента (кредитора) к третьему лицу (должнику), вытекающего из предоставления клиентом товаров, выполнения им работ или оказания услуг третьему лицу, а клиент уступает или обязуется уступить финансовому агенту это денежное требование [3].

В Республике Беларусь факторинговые операции банками проводятся, но, к сожалению, в небольших объемах.

Причинами этому являются:

- недостаточная правовая база;
- высокая доля неплатежей и невозврата кредитов по республике;
- недостаточность у банков ресурсов для проведения факторинга;
- недостаточная компетентность в области финансового анализа и низкий уровень банковских технологий;
- отсутствие единого порядка отражения факторинговых операций в бухгалтерском учете предприятий и т. д.

Сублицензия – условие лицензионного договора, по которому лицензиар передает лицензиату полномочия предоставлять право использования патента на изобретение третьим лицам в пределах своих прав [4].

Примерами договора о передаче прав являются договор купли-продажи, договор аренды, договор комиссии, договор продажи комиссии.

Существуют и иные способы передачи прав на результаты интеллектуальной деятельности, например, договоры подрядного типа, предметом которых является создание и передача объекта творческой деятельности заказчику (договоры на еще не созданные объекты интеллектуальной собственности, в том числе и авторские договоры).

Автор может по договору принять на себя обязательство создать в будущем произведение, изобретение или иной результат интеллектуальной деятельности и предоставить

заказчику, не являющемуся его работодателем, исключительные права на использование результата (ст. 986 ГК).

Особого внимания заслуживают договоры на выполнение инжиниринговых работ. Само понятие «инжиниринг» означает выполнение на коммерческой основе услуг научно-технического, экономического, финансового или иного характера.

Инжиниринг включает предоставление комплекса или отдельных видов услуг инженерно-технического характера: исследование, проектирование, строительство, разработка и освоение новых технологических процессов, усовершенствование существующих на предприятии производственных процессов, поставка комплектного оборудования, техники, выполнение монтажных работ, освоение и организация производства новых изделий.

В инжиниринговой деятельности выделяют такие виды услуг, как проектно-консультационные и инженерно-технические услуги, информационный инжиниринг, управленческий инжиниринг.

Проектно-консультационная деятельность заключается в подготовке технико-экономического обоснования создания новых производств, реконструкции промышленных объектов, строительства различных сооружений.

По инжиниринговым соглашениям разрабатываются проекты, производятся расчеты, экспертиза проектов, испытание образцов; консультации по выбору поставщиков оборудования, осуществляются контроль выполнения подрядных работ и другие виды работ.

Информационный инжиниринг включает услуги по освоению вычислительной техники, подготовку пакетов программ и баз данных, создание информационных сетей и др.

Управленческая деятельность включает оказание услуг по организации производственных структур и планированию производства, маркетингу, организации учета и отчетности и другие.

Подрядная деятельность заключается в выполнении роли поставщиков и генеральных подрядчиков при поставках комплектного оборудования для действующих предприятий и при сооружении новых объектов. Некоторые инжиниринговые фирмы берут на себя обязанности генерального подрядчика при строительстве объектов «под ключ», включая проектное, техническое, технологическое и управленческое обеспечение [1].

Важное место среди коммерческих форм передачи результатов интеллектуальной деятельности занимают кооперационные соглашения. Организационными формами их реализации являются создание совместных предприятий, производственная кооперация, образование временных научно-технических коллективов для выполнения проектов.

Совместные предприятия позволяют зарубежным фирмам объединить технологические возможности в конкретном продукте без их слияния в едином корпоративном объединении.

Производственная кооперация – это одна из форм производственно-технических связей юридически независимых национальных и зарубежных фирм. Одной из форм кооперации служит передовая технология одного из партнеров, охраняемая патентами и содержащая ноу-хау.

Совместные НИОКР на коммерческой основе позволяют сотрудничающим сторонам снизить затраты на решение тех или иных научно-технических проблем на всех стадиях цикла «наука-техника-производство».

Одной из форм предоставления определенных прав, льгот и привилегий на договорной основе является франчайзинг – это определенный тип организации бизнеса путем создания широкой сети однородных предприятий, имеющих единый товарный знак, оди-

наковые организационно-технологические условия, методы и формы продажи товаров и оказания услуг, единые требования к качеству товаров и их цене. Франшизу можно определить как договор, по которому одно лицо, владелец франшизы (франчайзер), имеющий разработанную систему ведения определенной деятельности, разрешает другому лицу – пользователю франшизы (франчайзи) использовать эту систему согласно требованиям франчайзера за вознаграждение (компенсацию). Основой договора на франшизу является лицензия на пользование системой франшизы, включая право на использование товарного знака, знака обслуживания, фирменного наименования, фирменной технологии, ноу-хау и других объектов исключительных прав, выданная владельцем франшизы [1].

Наиболее распространенными видами деятельности по договору франшизы являются рестораны быстрого обслуживания (McDonald's, Subway), кафе-мороженое, продуктовые магазины. Крупнейшими экспортерами франшизы являются корпорации «Кока-кола», «Пепсико», «Фанта» и др. [5].

Возрастающая ценность информации и знаний – тенденция, наблюдаемая во всем мире, связанная со становлением инновационной экономики, обуславливает необходимость изучения интеллектуальной собственности как одной из основополагающих экономических категорий современной науки и анализа ее экономической природы с целью формирования научной базы для проработки практических вопросов функционирования интеллектуальной собственности и формирования инновационной направленности экономики страны.

Таким образом, вышеперечисленные формы передачи объектов ИС имеют важное практическое значение для участников инновационного процесса, поскольку позволяют получать определенную выгоду при продвижении инновационными предприятиями на внешние рынки.

СПИСОК ЦИТИРУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Кудашов, В.И. Управление интеллектуальной собственностью. – Минск: ИВЦ Минфина, 2007.
2. Рубашный, В.С. Инновационный менеджмент и интеллектуальная собственность: курс лекций. – Минск: ФУАинформ, 2007.
3. [Электронный ресурс] / Договор факторинга. – Режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_law/653 – Дата доступа: 04.03.2011.
4. [Электронный ресурс] / Сублицензия. – Режим доступа: <http://www.enc-dic.com/economic/Sublicenzija-15318.html>. – Дата доступа: 03.03.2011.
5. Кудашов, В.И. Интеллектуальная собственность: охрана и реализация прав, управление: учебное пособие. – Минск: БНТУ, 2004.

УДК 821.161.3+82-1/29

Канцавы М. М.

Навуковы кіраўнік: кандыдат філалагічных навук Борсук Н.М.

УРОКІ М. БАГДАНОВІЧА ПА ВЫКАРЫСТАННІ ЖАНРАВЫХ ФОРМ ЎСХОДНЯЙ ПАЗЭЗІІ (ТАНКА, ХОКУ)

Урокі М. Багдановіча па выкарыстанні паэтычных форм, якія былі выпрацаваны гісторыяй усходніх паэтычных культур, не засталіся не заўважанымі нашымі сучаснікамі. На старонках паэтычных зборнікаў М. Танка, У. Арлова, М. Шайбака, Р. Барадуліна, А. Глобуса і інш. знаходзім вершы, напісаныя ў жанрах танка, хоку. Доўгі час цвёрдыя жанравыя формы на радзіме па вядомых прычынах не культываваліся, але ў далёкім

замежы плённа ў жанрах танка і хоку працавалі Я. Золак, Р. Крушына. Наша задача – асэнсаваць напрацоўкі берасцейскага творцы Я. Збажыны па выкарыстанні вышэйпера-лічаных жанравых форм.

Паэт удала захоўвае арыгінальную будову верша (трохрадкоўе з кананічнаю колькасцю радкоў 5-7-5). Ён умее з псіхалагічнай дакладнасцю ўвасобіць у творчасці эстэтычныя каноны складання хоку, большасць з якіх была распрацавана яшчэ да XVII ст. Эстэтычныя патрабаванні, што прад'яўляюцца да жанру хоку, гучаць: «Саторы – што значыць азарэнне, прасветленасць, духоўнае абуджэнне, раптоўнае адкрыццё ісціны...; Хосомі – тонкасць, ломкасць, крохкасць, суперажыванне, зліццё са светам, расплыванне ў свеце; Фузкі-Рюко – нязменная зменлівасць, адзінства руху і спакою» і г. д. [1, с. 6].

Праца ў жанры хоку актывізуе працэс нараджэння паэтам арыгінальных сімвалаў. З вобразам-сімвалам кветкі эдэльвейсы мы сустрэліся ў хоку «Рву эдэльвейсы»: «Рву эдэльвейсы. / Водару асфадзляў / Прагне каханне». Жыццесцвярджалны пачатак ува-соблены ў кветцы эдэльвейсы, што расце высока ў гарах. Суквецце гэтай расліны падобна на белую зорку. У хоку яна ўспрымаецца як зямная пасланніца Зоркі Венеры – багіні кахання. Такім чынам, Ян Збажына паэтызуе прагу кахання, тую жыццёвую сілу, што здымае боль і трагізм быцця і разнявольвае чалавека. Натуральна ўвасабляюцца ў хоку «Рву эдэльвейсы» такія эстэтычныя патрабаванні да гэтага жанру, як «Фуга-но-Макото (апяванне сапраўднай прыгажосці), Югэн (запаветная прыгажосць, глыбіня, неспазна-насць да канца)» [1, с. 6].

Вобраз маладзіка, што высвечваецца ў паэтычным радку «ноч сярпом жне пыл» (хоку «Ноч сярпом жне пыл»), дапамагае адчуць няўтульнасць лірычнага героя Я. Збажыны ў суровай прозе жыцця, паглыбіць узнятую аўтарам праблему судносін чалавека з касмічнай прасторай. Начны час, калі ён застаецца сам-насам са сваімі думкамі на ўлонні прыроды, не ўзмацняе самоты героя, а дазваляе засяродзіцца на сутнасным у жыцці, зразумець, што за непазбежнасцю наступае пара абнаўлення і квітнення: «Шпур-ляю глыж у ставок – / Круці на вадзе». Вера ў мудрую дыялектыку жыцця аказваецца мацнейшай за часовую неўладкаванасць, бытавую мітусню.

Ян Збажына, звярнуўшыся да жанраў танка і хоку, марыў «разняволіць напеўны рыф-маваны верш» [2, с. 3]. Гэта не стала для яго самамэтай. Разняволенне, на наш погляд, адбываецца за кошт узбагачэння паэтычнай лексікі («сненне»: «Каляровая // Нявыказа-насць снення»), паглыблення медытатыўных матываў, здольнасці паэта афарыстычна мысліць. Гэта датычыцца не толькі радка, у якім сканцэнтравана з максімальнай сціспасцю значная, глыбокая думка (напрыклад, «Засмяглыя – завянуць!»). Па сваёй сутнасці хоку і танка Я. Збажыны афарыстычныя цалкам. У іх у арыгінальнай, па-мастацку даска-налай і запамінальнай форме заключана нечаканая выснова. Да месца будзе прыгадаць паэтычнае азначэнне жанру хоку Рамона Гомеса дэ ла Серна: «Хоку – паэтычная тэле-грама».

У хоку «Эпітафія» слова эпітафія з'яўляецца своеасаблівым сінонімам слова памяць, бо здаўна вядома, што эпітафіі пішуцца для жывых, а для памерлых служаць паніхіды. «Жывым застаюцца помнікі, курганы, магілы, эпітафіі... і слёзы, калі быць шчырымі – слёзы аб сваёй долі, што жыццё збяднела яшчэ на аднаго чалавека. І ўсё для таго, каб ніколі не памірала жывая чалавечая памяць, што і яны жылі на гэтай зямлі, і яны любілі (алісьці, і ў іх быў свой зорны час» [3, с. 7]. Я. Збажына звяртаецца да людзей, нагад-вае ім, што памяць жывых павінна хоць штосьці супрацьпаставіць няўмольнай смерці, гым больш, смерці нечаканай, раптоўнай. Колькі няздзейсненых спраў засталася пасля іаладога чалавека!.. На такі роздум наводзяць нас паэтычныя радкі з хоку берасцейска-

га аўтара «Малады нябожчык смерць / Упрыгожвае». Словы з пахавальнага абраду «Вечная памяць! Вечны спакой...» успрымаюцца намі менавіта ў такім жа кантэксце. Прысутныя на пахаванні вымаўляюць іх, у першую чаргу, дзеля тых, хто застаецца жыць на зямлі. У такія хвіліны, як ніколі, людзі адчуваюць сваю паяднанасць з усім чалавецтвам. Такім чынам, у слове «эпітафія» Я. Збажына тонка зашыфраваў медытацыю такіх філасофскіх катэгорый, як жыццё і смерць. М. Танк гэта здолеў зрабіць у слове «нірвана» (хоку «Рэкі, як людзі»), што ў перакладзе з санскрыту азначае згасанне: Закаччае чалавек свой жыццёвы кругабег, – разважае паэт, каб растварыцца ў акіяне вечнасці.

Заўважана, што жанр хоку спрыяе актыўнаму развіццю індывідуальнага пачатку творцы. «А як вядома, – справядліва адзначае ў кнізе «Сучасная беларуская паэзія» У. Гніпамедаў [4, с. 181], – без свайго я ў літаратуры няма чаго рабіць. Тым больш у паэзіі, дзе арганічная зрощанасць асобы і таленту вызначае і творчы патэнцыял паэта, і важнасць яго сацыяльна-мастацкіх адкрыццяў, і іх індывідуальную непаўторнасць».

У творчасці японскіх паэтаў на першы план выступае рэфлектыўны бок творчага акта (адлюстраванне і адначасова роздум). Сапраўды, пры напісанні танка ці хоку (скарочаны варыянт танка) актыўна працуе не столькі слоўна-выяўленчая вобразнасць, колькі думка. І гэта адна з прычын звароту Я. Збажыны, творчасць якога належыць да інтэлектуальна-філасофскай плыні, да названага жанру. Магчыма, ён заўважыў, што не ўсё і не заўсёды можа быць вытлумачана свядомасцю чалавека, які часта здзяйсняе ўчынкі на ўзроўні інтуітыўным, эмацыянальным. Адсутнасць рацыянальнага элемента ў творчым працэсе (дарэчы, гэта адзін з эстэтычных канонаў складання хоку) спрыяе творчым азэрэнням, працы фантазіі, уважліваму стаўленню да кожнай дробязі.

Безліч думак, асацыяцый нараджае звычайная кропля на сцяне, у якую ўглядаецца паэт з тонкім мастацкім чуццём: «Кропля на сцяне / Утаймоўвае думкі. / Разглядаю іх».

Маленькаю кропляю ў складаным свеце дарослых адчувае сябе немаўля (хоку «Немаўля плачыць»). Для яго бацькоў гэтая кропля ўвасабляе сумную ісціну: жыццё – поле бітвы, рэчаіснасць напоўнена няўмоўнымі супярэчнасцямі. Мы не можам быць перакананы ў перамозе добра над злом, у тым, што радасць перасягне боль. Так заўжды было і будзе, бо калі не – то жыццё спыніцца. На жаль ці на шчасце, дзіця гэтага не разумее. Яно марыць гэтыя непрымірымыя супрацьлегласці згарманізаваць у адзінай жыццёвай кроплі.

Творчасць Я. Збажыны ўзбагачаецца роздумна-медытатывымі інтанацыямі. Паэт думае пра вечнае, спрабуе зразумець глыбіннае, сутнаснае. Так, у мастацкай палітры танка «Нябожчык едзе» і хоку «Рапранутая / Прыгажуня ў трупярні / Моцна смярдзела» пераважае змрочнасць, паныласць фарбаў. Трапляючы з паэтам у эпіцэнтр бяды, мы адчуваем сябе бездапаможнымі перад тварам смерці: «Нябожчык едзе / На могілкі. Воз трасе / Па калдобінах. / Нязмязаныя колы / Скуголлем рэжучь вушы».

Тужлівы настрой, што пануе ў прыродзе, выклікае ў душы лірычнага героя распачны настрой і сум, абвастрае пачуццё адзіноты: «Дождж ліў як з вядра. / Парасону ўсё роўна. / Ён спаў на шафе».

Чаму краса недаўгавечная? Чаму каханне нечакана ўзнікае і таксама невядома куды знікае, «як падаючы снег», а ў душы застаюцца сум і адчуванне далучанасці да разуменнага жыццёвага кругабега. Гэтыя пытанні Ян Збажына акрэслівае ў хоку «Трачу прытомнасць». Ён не робіць нават спробы паказаць, як нараджаецца краса, як заяўляе аб сабе ў Сусвеце, а потым нечакана раствараецца ў ім (гэты працэс можна назіраць, напрыклад, у вершы М. Багдановіча «Срэбныя змеі»). Такого падыходу патрабуе абраная Я. Збажыной жанравая форма. Тэма кахання паглыбляецца паэтам у хоку «На шальках вачэй».

Я. Збажыну, гісторыку па адукацыі, добра вядома; што за душу продкаў змагаліся тры веры: язычніцтва, праваслаўе, каталіцызм. Ён добра ўсведамляе, што ў імя Хрыста была праліта кроў і паганскі Бог вымагаў чалавечых ахвяр. Нягледзячы на гэта, паэт прызнае наканаванасць перамогі хрысціянства над язычніцтвам. Зарукай таму – гуманнасць хрысціянскіх ідэй. Аўтар марыць сваёй творчасцю паспрыяць духоўнаму ўдасканаленню асобы. Відаць, таму Я. Збажына не прымае і не разумее метамарфозу, калі «паганскі ідал / Ператварыўся ў мараль» (хоку «Паганскі ідал»).

Цікава і каштоўна, што ў творах Я. Збажыны арганічна паяднаны агульначалавечыя і нацыянальныя праблемы. У танка «Дзве ружы ў вазе» позірк паэта звернуты да васілька, сціплай палявой кветачкі блакітнага колеру. У ёй увасоблена беларуская душа, якая ў розныя гістарычныя часы пакутавала, але заўсёды з надзеяй імкнулася ў будучыню: «Зайздросчу яму // І выплюхваю ваду. // Засмяглыя – завянуць!» Апошні радок танка – гэта і сцверджанне, і адначасова перасцярога тым, хто не разумее, што перакройванне свядомасці асобы пачынаецца з нігілістычнага адштурхоўвання таго, што здабыта бацькамі.

З праведзенага аналізу вынікае, што Ян Збажына не ставіць перад сабой мэты ўмешвацца ў жыццёвы працэс, не дае парады, не ўказвае прычыны. Ён спрабуе прыцягнуць увагу чытача да праблемы жыцця і смерці («Смерць вылучае», «Нябожчык едзе»), да разваг аб наканаванасці перамогі хрысціянства над язычніцтвам («Паганскі ідал»), задумваецца аб змесце і сэнсе чалавечага быцця («Немаўля плачыць», «Дна не існуе»). Паэта не пакідае абыякавым тэма адзіноты («Дождж ліў як з вядра»), красы («Трачу прытомнасць»), кахання («На шальках вачэй»), хвалюе вобраз жанчыны («Пішу жанчыну»). Гегелеўская трыяда «тэзіс – антытэзіс – сінтэзіс» у танка і хоку «спраўджваецца не непасрэдна як у цвёрдых жанравых формах, дзе думку нельга абарваць і даць чытачу дадумаць, бо патрабуецца яе развіццё, працяг і завяршэнне пэўнай высновай, а ўскосна» [5, с. 37].

Мажліва, для Я. Збажыны знаёмства з японскай культурай дапамагае выкараніць з ужытку дылетанства як культурны феномен. У Японіі мастак можа прэтэндаваць на прызнанне, на стварэнне ўласнай школы толькі пасля таго, як авалодае ўсім патэнцыялам ведаў, што назапашаны былі папярэднімі пакаленнямі.

Думкі паэта аб творчасці ўвасоблены ў хоку «Дна не існуе», якое сугучна перажываням Р. Крушыны (хоку «Муза, не ўцякай!»). «Шлях да ўласнага» – шлях выпрацоўкі свайго ўласнага стылю, пазнання асаблівасцей літаратурнага працэсу, ва ўяўленні паэта не мае межаў («дна не існуе»), але на ім давядзецца паспытаць шмат пакут («бясконцае падзенне»). Да такіх разважанняў падводзіць нас і Я. Збажына. Адчуць стан душы творцы, калі нельга не пісаць, нягледзячы на розныя перашкоды аб'ектыўнага і суб'ектыўнага плану, дапамагае Р. Крушына праз вобраз «у крыві агонь» («Муза, не ўцякай! / маё сэрца да цябе! / У крыві – агонь»).

Ян Збажына, як сведчыць яго творчасць, – паэт-эксперыментатар, інтэлектуал, вальндумец, які пры гэтым не баіцца здавацца ў вачах некаторых чытачоў «дзіваком», «грубым», «дзёрзкім». Ён здолеў улавіць рытм метамарфоз, што адбываюцца ў Сусвеце, паяднацца душою з даследуемым аб'ектам і адлюстравачь гэта ў сваіх творах. Зразумела, што гэта адбылося не без уплыву будыйскай філасофіі, паводле якой канчатковая мэта мастацтва – дасягнуць стану экстатычнага паяднання з аб'ектам адлюстравання.

Паэт перакананы, што праз мінімальную колькасць слоў можна дакладней перадаць дзеянне, малюнак, думку, стан душы, стварыць больш дасканалы вобраз. На шляху вырашэння пастаўленай задачы Я. Збажына свядома, мэтанакіравана звярнуўся да жанраў

хоку, танка. Бясспрэчна, паэт сваёй творчасцю ў гэтых жанрах прадэманстраваў нам станючыя моманты «лаканічнага» пісьма. Да заслуг паэта неабходна дадаць, што ён стварае класічныя ўзоры танка і хоку, у той час, як у творчасці іншых беларускіх паэтаў можна назіраць парушэнне нарматыўнасці, якое выклікана імкненнем разняволіць гэтыя вершаваныя формы (танка Р. Барадуліна «Пад зялёную руку»).

На шляху авалодання жанрамі танка, хоку беларускае вершаскладанне дасягнула значных поспехаў. Усвядомленыя эстэтычныя пошукі сучаснага паэта Я. Збажыны ў вышэй пералічаных жанравых формах вызначаюцца ўнутранай сілай пачуцця. Мастак слова далучае чытача да вырашэння агульначалавечых праблем, напauнне верш роздмна-медытатыўнымі інтанацыямі, арганічна паядноўвае ў творы агульначалавечыя і нацыянальныя праблемы, з максімальнай сцісласцю выяўляе значную, глыбокую думку. Праца ў жанрах танка і хоку спрыяе актыўнаму развіццю індывідуальнага пачатку, вучыць уважлівым адносінам да слова, актывізуе працэс нараджэння сімвалічных вобразаў, выпрацоўвае ўменне афарыстычна мысліць. Відавочна, працягваючы традыцыі М. Багдановіча, сучасны паэт паспяхова папauнне скарбніцу сусветнай культуры, напauнне цвёрдыя вершаваныя формы, якія не атрымалі паўсядзённай прапіскі на беларускай глебе, нацыянальным духам, наглядна паказвае, як беларускае слова яскрава гучыць у магутнай плыні сусветнай літаратуры.

СПІС ЦЫТАВАННЫХ КРЫНІЦ

1. Адамчык, У. Лёс хоку // Крутлы год: Хоку беларускіх паэтаў. – Мінск: Літаратура, 1996. С. 5 – 6.
2. Касю, А. Самакаштоўнасць характава // Заря. – 1996. – 12 декабря. – С. 3.
3. Кудласевіч, А. Memento Mori // Анталогія беларускай эпітафіі / Уклад., аўт. прадм. і арт. А. Кудласевіч. – Мінск: Ураджай, 2000. – 222 с.
4. Гніпамёдаў, У. Сучасная беларуская паэзія: Творчая індывідуальнасць і літаратурны працэс. – Мінск: Навука і тэхніка, 1983. – 304 с.
5. Федарцова, Т. 3 гісторыі цвёрдых жанравых формаў // Роднае слова. – 2000. – № 12. – С. 37 – 38.

УДК 882.6.09

Канцавы М.М.

Навуковы кіраўнік: канд. філалагічных навук Борсук Н.М.

УЗБАГАЧЭННЕ БАГДАНОВІЧАЎСКОЙ ТРАДЫЦЫІ

Праблема традыцыі і наватарства ўваходзіць у кола актуальных пытанняў, якімі займаецца сучаснае літаратуразнаўства. Арыентацыя мастакоў слова на пераемнасць лепшых традыцыі папярэдняй – адзін з надзейных сродкаў агульнага пад'ёму культуры, літаратуры. «Як бы ні быў геніяльны пісьменнік, ён не з'яўляецца сам цераз сябе. У ім жыве ўся культура чалавецтва» [1, с. 28]. З літаратуразнаўчага боку асаблівую значнасць для нас уяўляе прыватнае пытанне літаратурнай пераемнасці – традыцыі, што ідзе ад пісьменніка да пісьменніка, ад старэйшага пакалення творцаў да наступных паэтычных пакаленняў. У такім ракурсе нас цікавіць уплыў традыцыі М. Багдановіча на сучасных паэтаў (на матэрыяле творчасці паэтаў Берасцейшчыны). Гэты важны аспект акрэсленай праблемы і стане самастойным прадметам нашага даследавання.

Наследаванне мастаку слова, якога адчуваеш блізім сабе па духу, светаадчуванні, спрыяе выяўленню творчай індывідуальнасці і вопытных, і пачынаючых творцаў, актывізацыі іх як мастацка-эстэтычных, філасофскіх, маральных пошукаў, так і знаходак у галіне паэтыкі. Такім чынам, паняцце «традыцыя» не сінанімічнае нечаму кансерватыўнаму, адмоўнаму. «Сапраўднымі наватарамі нярэдка аказваюцца не эксперымента-

тары – а «традыцыяналісты» [2, с. 61]. У. Гніламёдаў перакананы, што слова «традыцыяналісты» – зусім не ганебнае. Гэтая думка яркая прасочваецца і ў працах даследчыкаў розных літаратур – М. Бахціна [3], А. Бушміна [4], Дз. Ліхачова [5] і інш. «Паўтаральнасць не з'яўляецца перашкодай для наватарства, яна толькі ахоўвае яго ад беспадстаўных блуканняў, вызначае яму накірунак паступальнага руху» [4, с. 43]. Як бачна, А. Бушмін перакананы, што спыніць дзеянне аб'ектыўнага закону гістарычнай пераемнасці немагчыма.

Асэнсаванне працэсу развіцця літаратуры з пункту погляду дыялектычнай узаемасувязі традыцыйнага і наватарскага дазваляе нам наблізіцца да вывучэння творчай індывідуальнасці паэта, мастацкай з'явы не адасоблена і застыла, а ў шырокім узаемадзеянні. «Гэтая дыялектычная сувязь па закону адмаўлення ўключае не толькі моманты адмаўлення і абвяржэння, але – і гэта ў першую чаргу – моманты сінтэзу, наследвання і пераемнасці, абумоўленай далейшым паступальным развіццём і пашырэннем рэчаіснасці – гэтай вечнай крыніцы літаратурна-мастацкага абнаўлення» [2, с. 167].

Вярнасць «сапраўднай традыцыі» (М.Танк), «традыцыі са знакам плюс» (У. Гніламёдаў), творчае наследаванне «свабоднай традыцыі» (Эрн), «усвядомленае пачуццё мінулага» (Эліот) жывяць у душы нашага сучасніка патрыятычнай настрой, утаймоўваюць нізкія пачуцці, выклікаюць пратэст супраць абязлічвання асобы, спрыяюць «поиску живо-го в старом, его продолжению, а не механическому подражанию отмершему» [5, с. 52].

Такім чынам, развіваец і ўзбагачаец літаратурныя традыцыі здольны талент, асоба творчая, працаздольная, якая тонка адчувае патрэбы і настрой сучасніка, бо традыцыя акумулюе ў сабе мудрасць, жыццёвы, творчы вопыт не аднаго пакалення мастакоў слова. Па гэтай прычыне нам непрымальна пазіцыя Ю. Тынянова, на думку якога, «говорить о преемственности приходится только при явлении школы, элигонства, но не при явлениях литературной эволюции, принцип которой – борьба и смена» [6, с. 272].

Нямала намаганняў прыкпалі даследчыкі на вывучэнне пытання творчых сувязей класіка беларускай літаратуры М. Багдановіча з яго літаратурнымі папярэднікамі і паслядоўнікамі. Цікаваць уяўляюць даследаванні А. Кабаковіч, У. Гніламёдава, В. Каваленкі, М. Грынчыка і інш.

Традыцыя М. Багдановіча і традыцыя, якая вызначана яго імем – багдановічаўская, – гэта не адно і тое ж. Багдановічаўская традыцыя ўяўляе сабой сінтэз непасрэдна таго, што творца запачаткаваў сваёй паэтычнай дзейнасцю, плюс калектыўны вопыт, які атрымаў у яго творчасці найбольш поўнае і дасканалое выяўленне, а таксама і тое, што ў наступным вопыце народжана ўплывам мастака слова.

Прайшло амаль цэлае стагоддзе з часу, калі жыў і пісаў паэт, таму на сённяшні дзень вызначыць уплыў М. Багдановіча на сучасных паэтаў як у чыстым, «дыстыляваным» выглядзе, так і ў калектыўным літаратурным вопыце, які пастаянна абнаўляецца, даволі складана. Неабходна ўлічваць той факт, што сучасныя паэты звычайна ўбіраюць творчыя традыцыі непрыкметна для сябе, немэтанакіравана, інтуітыўна, бо паэзія М. Багдановіча жыве ў іх душы на сапраўды падсвядомым узроўні (назіраюцца прыклады і мэтанакіраванай далучанасці нашых сучаснікаў да традыцый М. Багдановіча). Па гэтай прычыне паэт проста не можа ўсвядоміць характар і ступень літаратурных уплываў, якія ён зведаў на працягу сваёй творчасці.

Вышэй выказаныя думкі ярка ілюструюць адказы паэтаў на пытанне: «Ці адчулі Вы уплыў М. Багдановіча на сваю творчасць?» Вось некаторыя з іх.

Алесь Каско. «Гамер і Пушкін ... / Адада павару. / Купалу, Багдановіча люблю».

Мікола Пракаповіч. «Крыўдна, што мы не паспелі ні заўважыць, ні ўсвядоміць, як па нітачцы, па каліўцу распраналі нашы душы. Па-ранейшаму няўпэўнена топчамся мы ля падножка той вяршыні, на якой засталіся М. Багдановіч, Я. Купала, У. Караткевіч, У. Калеснік... Яны пазначылі нам шлях. / Хадзема, сябры...

Ніна Мацяш, М. Багдановіч, Я. Купала, Я. Колас ... пасылаліся нам Богам. Сейбіты былі і ёсць, іх не адна ўжо і сотня, а поле беларускага менталітэту й дагэтуль няуробленае. Перачытваю твораў спадчыны М. Багдановіча і прама ў вочы сурова глядзіць сучаснасць і патрабуе адказу ад кожнага з нас... У душы надоўга, калі не назаўсёды, застаецца тое высокае святло перамогі над адзінотай – хай сабе і часовай перамогі, – без якога ўвогуле няма «поўнай чары» жыцця».

Зінаіда Дудзюк. «Мая творчая індывідуальнасць фарміравалася пад уплывам Я. Коласа. Да мяне гэты паэт прыйшоў яшчэ ў маленстве. У падлеткавым узросце захапілася М. Лермантавым. З творчасцю М. Багдановіча бліжэй пазнаёмілася, калі было ўжо за дваццаць. Харшы паэт! Вабіць тонкім лірызмам, глыбокім псіхалагізмам, адчуваннем беларускасці (М. Багдановіч заставаўся беларусам, нягледзячы ні на якое асяроддзе), хаця непасрэднага ўплыву паэта на сваю творчасць не адчула».

Алесь Паллаўскі. «Творчасць М. Багдановіча вабіла мяне заўжды меладычнасцю радка. Як не дзіўна, але багдановічаўская «Зорка Венера» прыйшла да мяне песняй. Адзін з першых вершаў М. Багдановіча, які давялося прачытаць яшчэ ў школе і вывучыць на памяць, – «Паміж пяскаў Егіпецкай зямлі». Санетная форма, у якой напісаны дадзены паэтычны твор, з тых часоў не дае пакою. Часам спрабую свае сілы ў жанры санета, але пакуль што на суд чытача не выношу».

Сяргей Амяльчук. «На пачатку творчага шляху ўразілі і сёння хвалююць жанравыя пошукі М. Багдановіча. Напісаныя мною трыялет, нападсанет, – бясспрэчна, гэта пад уплывам беларускага класіка».

Відавочна, функцыянальнае значэнне літаратурных уздзеянняў разнаплановае. Гапоўнае, што сувязь паміж крыніцай уздзеяння і паэтам не ператварылася ў пераймальніцтва, у павярхоўную стылізацыю, як сведчыць праведзенае даследаванне.

Сучасныя мастакі слова шэраг вершаў прысвяцілі М. Багдановічу (Н. Мацяш «Між квецівам снегу й пшчотнай сняжніцаю вішні», М. Пракаповіч «Як чакаў ты гэтае сустрэчы», А. Каско «Калі я перад Пушкіным, Гамерам...», З. Дудзюк «Цябе мне убачыць толькі з дальняй зоркі» і інш.). Гэта сведчанне таго, што яны імкнуцца вывяраць сваю творчасць, жыццёвую пазіцыю, мастакоўскую самасць па творчых набытках беларускага класіка. Аналіз вершаў-прысвячэнняў М. Багдановічу паказвае, што, нягледзячы на тое, што няма прамых нашчадкаў багдановічаўскага роду, ёсць на Беларусі нашчадкі яго па духу. «Палуян, Гарун, Янішчыц / Гэта ўсё Максіму род», – піша В. Вабішчэвіч у вершы «Максіму Багдановічу». Пэралік імёнаў можна доўжыць. Сярод іх значнае і прыкметнае месца займаюць сучасныя берасцейскія паэты.

Берасцейская зямля стала жыватворнаю глебаю для засваення і творчага развіцця традыцый М. Багдановіча па некалькіх прычынах.

Па-першае, творчасць беларускага класіка М. Багдановіча была папулярнай у Заходняй Беларусі яшчэ ў 20-30-ыя гады. Яна шырока даследавалася заходнебеларускай крытыкай, у той час, як у Савецкай Беларусі былі спробы аднесці яе да разраду несугучных часу, а ў 30-ыя гады творчасць М. Багдановіча была аб'яўлена дэкадэнцкай, а таму і зусім непатрэбнай (А. Кучар, Л. Бэндэ, М. Байкоў). І. Дварчанін, А. Навіна, М. Гарэцкі, С. Грынкевіч беражліва ставіліся да асобы і спадчыны М. Багдановіча, іх высновы па вывучэнні творчасці беларускага класіка сугучны ацэнкам сучаснага багдановічазнаўства.

Заходнебеларуская літаратура (К. Сваяк, Н. Арсеннева, В. Пастоўскі) развівалася ў накірунку трансфармацыі нацыянальных ідэалаў у агульначалавечыя каштоўнасці, арыентавалася на раскрыццё эстэтычнай сутнасці, на засваенне вопыту сусветных літаратур. Гэта было, бясспрэчна, каштоўным на фоне вульгарызацыі прынцыпаў сапраўднага мастацтва ў Савецкай Беларусі.

Па-другое, савецкая ўлада ўсталявалася на заходніх землях амаль на дваццаць гадоў пазней, чым на ўсходніх. Па гэтай прычыне ў заходнім рэгіёне пазней пачалася калектывізацыя, абезземельванне селяніна, а значыць, і слабей была падкошана аснова годнасці асобы. Больш выразна выяўляецца ў характары заходнікаў адданасць працы, зямлі, сваяцтву. Заходнікі, як сцвярджаў У. Калеснік, «маюць гаспадарчую псіхалогію» [7, с. 149]. І ў гэтым мы схільны бачыць вытокі філасофска-інтэлектуальнай плыні ў сучаснай берасцейскай паэзіі.

Па-трэцяе, нельга не ўлічваць, што Берасцейшчына – гэта састаўная частка Берасцейска-Пінскага Палесся, адметнага рэгіёна ў славянскім свеце. Характар беларуса гэтага рэгіёна фарміраваўся пад уплывам прыроды Палесся, светаадчування палешукоў. З дзяцінства паэты ўбіралі ў сваю свядомасць народны погляд на свет прыроды, у якім шмат чаго было ад паганства, калі чалавек успрымаў сябе маленькай часцінкай прыроды: «Язычнік я. Другой не маю веры» (верш М. Пракаповіча «Язычнік я»).

Па-чацвёртае, менталітэт заходнікаў вызначаецца сітуацыяй памежжа, пагранічча, пераходнасці, а стан яго душы можна ахарактарызаваць, як «стан чуйнай няўстойлівасці» (паводле М. Мішчанчука).

Па-пятае, зварот да паэзіі берасцейскіх творцаў выклікан і патрыятычнымі пачуццямі.

Па-шостае, пры вывучэнні самабытнасці, шматаблічнасці беларускай літаратуры важна ўлічваць рэгіянальны, мясцовы характар літаратур асобных рэгіёнаў. Ініцыятарам такога падыходу выступаў даследчык М. Грынчык [8]: Бясспрэчна, духоўная аснова беларускай паэзіі грунтуецца на трывалай знітанасці паэтаў з бацькоўскім домам.

Літаратурная Берасцейшчына мае свае глыбокія даўнія традыцыі. Тым не менш, для паспяховага яе развіцця важнае значэнне набывае асэнсаванне і плённае засваенне традыцый значных мастакоў слова, у прыватнасці, М. Багдановіча. Адказы на пытанні анкеты, вышэйпералічаныя аб'ектыўныя прычыны звароту берасцейскіх мастакоў слова да духоўнай спадчыны класіка беларускай літаратуры сведчаць, што ўплыў традыцый М. Багдановіча адчулі на сваёй творчасці не толькі пачынаючыя творцы, але і сталыя мастакі слова. І ў той жа час кожны з іх, звярнуўшыся да творчай практыкі геніяльнага паэта, перакладчыка, публіцыста, прэзаіка, «незабыўнага шукальніка хараства» (паводле верша Н. Мацяш «Між квецтвам снегу й пшчотнай сняжніцаю вішні»), творча засвойвае традыцыі папярэдніка і настаўніка, ператварае іх ў навацыі, рухаецца па сваім уласным шляху.

СПІС ЦЫТАВАНЫХ КРЫНІЦ

1. Буров, Б. Национальное своеобразие русской литературы. – Ленинград: Сов. писатель, 1967. – 396 с.
2. Гніпамёдаў, У. Традыцыі і наватарства. – Мінск: Маст. літ., 1972. – 176 с.
3. Бахтин, М. Литературно-критические статьи. – Москва: Худож. лит., 1986. – 543 с.
4. Бушмин, А. Преемственность в развитии литературы. – Ленинград: Худож. лит., 1978. – 224 с.
5. Лихачёв, Д. Прошлое – к будущему: Статьи и очерки. – Ленинград: Наука, 1985. – 575 с.
6. Тынянов, Ю. Поэтика. История литературы. – Москва: Наука, 1977. – 574 с.
7. Калеснік, У. Усё чалавечае. – Мінск: Маст. літ., 1993. – 381 с.
8. Грынчык, М. Рэгіянальныя традыцыі і творчасць пісьменніка // Беларуская літаратура і літаратуразнаўства: Міжвуз. зборнік. – Вып. 2 / Рэд. калегія: М. Грынчык [і інш.]. – Мн.: Выд-ва БДУ, 1974. – С. 22 – 31.

АУТСОРСИНГ КАК ФАКТОР ОПТИМИЗАЦИИ БИЗНЕСА

1. Сущность аутсорсинга, происхождение понятия

Данный термин происходит от английских слов «outside resource using» – т.е. использование внешних ресурсов и означает выполнение отдельных функций (производственных, сервисных, информационных, финансовых, управленческих и пр.) или бизнес-процессов (организационных, финансово-экономических, производственно-технологических, маркетинговых) внешней организацией, располагающей необходимыми для этого ресурсами, на основе долгосрочного соглашения [1].

Поставщиками аутсорсинговых услуг выступают аутсорсеры – специализированные компании класса B2B (business-to-business), которым присущи два характерных признака: разделение бизнес-процессов на основные и вспомогательные, с последующим выполнением вспомогательных (реже основных) процессов; постоянное обслуживание, хотя имеет место и реализация разовых крупных работ (как правило, в сфере строительства, внедрения информационных технологий).

Цель аутсорсинга заключается в применении передовых технологий бизнеса и ноу-хау с тем, чтобы достичь и удержать ключевые конкурентные позиции во всё более нарастающей конкурентной борьбе. Экономическая сущность аутсорсинговых процессов сводится к построению отношений между компаниями передающими и принимающими на себя отдельные процессы на основании долгосрочных контрактов.

Как отмечено ранее, аутсорсерам передаются как основные, так и вспомогательные функции. На практике наиболее часто внешним исполнителям передаются следующие объекты[2]:

- бухгалтерский учет и финансы;
- IT-инфраструктура;
- юридическое сопровождение деятельности;
- управление персоналом;
- транспортные и экспедиторские услуги;
- маркетинг и связи с общественностью (PR);
- другие виды услуг.

Исторические корни аутсорсинга в том значении, которое было сформулировано ранее, относятся к услугам юридических фирм США и Великобритании начала XX в. Термин «outsourcing», понимаемый как новый способ управления, впервые появился в 1989 г., когда компания Eastman Kodak использовала услуги сторонних организаций для своей информационной инфраструктуры. Практический аутсорсинг, в частности в производстве, своему появлению обязан борьбе Генри Форда (возглавлявшего автогиганта Ford) и Альфреда Слюэна-младшего (General Motors). Первый стремился к достижению абсолютной независимости; второй же, напротив, применил методы аутсорсинга, позволившие ему потеснить компанию Ford на автомобильном рынке [3].

2. Преимущества и недостатки аутсорсинга

Основными преимуществами являются:

- возможность сосредоточения усилий на основных направлениях деятельности, а также более эффективное использование высвободившихся ресурсов;

- снижение затрат за счёт уменьшения стоимости услуг аутсорсера благодаря более дешевой рабочей силе, специализации, эффекту масштаба;
 - повышение качества сервиса;
 - использование богатого управленческого и/или производственного опыта;
 - быстрая реакция на изменения, происходящие во внешнем и внутреннем окружении.
- Говоря о **недостатках**, следует отметить следующие:
- существует вероятность, что уровень квалификации персонала аутсорсинговой компании не позволит выполнять функции на должном уровне;
 - наличие дополнительного звена может привести к увеличению времени выполнения операций;
 - возможность утечки конфиденциальной информации;
 - угроза передачи большого числа важных функций;
 - аутсорсер, как и любая организация может разориться, что заставит заказчика нести дополнительные расходы по привлечению нового исполнителя [4].

3. Виды аутсорсинга

Следует отметить, что в настоящее время общепринятой систематизации не существует. Например, Институт аутсорсинга (Outsourcing Institute, USA) различает два вида [5]:

- ИТ-аутсорсинг – именно с этого вида, как правило, многие компании начинают своё сотрудничество с поставщиками услуг. Это и оффшорное программирование, и тестирование ПО, и электронная коммерция, и т. п.

- Аутсорсинг бизнес-процессов (АБП) – использование услуг внешних исполнителей для обслуживания отдельных функций: управление персоналом, реклама, юридическое сопровождение деятельности.

Однако если систематизировать виды аутсорсинга в зависимости от области функционирования бизнеса, то можно получить следующую таблицу:

Таблица 1- Авторская классификация аутсорсинга по сфере функционирования бизнеса

Виды аутсорсинга	Производственный аутсорсинг	Основное производство
		Вспомогательное производство
	Аутсорсинг сферы услуг	Информационные и компьютерные услуги
		Деловые услуги
		Торговые, гостиничные и услуги общественного питания
		Транспортные услуги и услуги связи
		Услуги госсектора, включая социальные
	Аутсорсинг бизнес-процессов	Бухучет и финансы
		Управление
		Логистика
		Маркетинг

4. Мировой рынок аутсорсинговых услуг

Лидерство в сфере оказания аутсорсинговых услуг на мировом рынке принадлежит Индии, на территории которой размещается наибольшее число провайдеров. Далее следует Китай, где помимо информационного сервиса развиты также производственные процессы. Кроме того, на мировом рынке аутсорсинговых услуг усиливается влияние таких стран, как Египет, Пакистан, Ирландия, стран Восточной Европы [6].

Объём мирового рынка аутсорсинга бизнес-процессов и ИТ-аутсорсинга в 2010 г., по данным аналитической фирмы Gartner Inc, составил 448,6 млрд. долл. и характеризовался следующим соотношением: аутсорсинг бизнес-процессов – 169,6 млрд. долл., ИТ-аутсорсинг – 279 млрд. долл. [7].

Результативность аутсорсинга на деле подтверждена компаниями, занимающими лидирующие положения в различных сферах мирового рынка. Ярким примером (глобального аутсорсинга) может служить общеизвестный производитель спортивной одежды Nike. Всё производство этой компании в настоящее время отдано внешним исполнителям, расположенным как на территории страны, так и за её пределами [8].

Т. о., благодаря аутсорсингу у компании Nike, появилась возможность оптимизировать свой бизнес, сосредоточив собственные усилия на разработке дизайна и продвижении бренда.

5. Тенденции на рынке аутсорсинга

Международная ассоциация профессионалов аутсорсинга (IAOP) определила несколько основных тенденций на рынке аутсорсинга в наступившем году [9]:

1. Расширение границ аутсорсинга – предполагается, что услугами внешних исполнителей будут всё активнее пользоваться компании по всему миру, а инвестиции в данном секторе достигнут триллионов долларов.

2. Развитие внутреннего аутсорсинга – натиск в социально-экономическом плане на такие государства, как США, Германия, Великобритания заставит многие фирмы использовать onshore аутсорсинг, в т. ч. благодаря экономическим поощрениям со стороны местных властей для увеличения занятости в слаборазвитых регионах.

3. Продолжение роста – ожидается, что потребность снижения расходов побудит компании воспользоваться аутсорсинговыми услугами, что позволит сохранить темпы роста доходов от подобных услуг в 2011 г. на том же уровне, что и годом ранее (ок. 10%).

4. Заметное оживление в Латинской Америке – предполагается, что в Бразилии, Мексике, Перу, Чили, Коста-Рике и Колумбии будет наблюдаться бум аутсорсинга, благодаря чему увеличится число поставщиков аутсорсинговых услуг.

5. Партнерство на различных уровнях – ожидается, что поставщики и заказчики услуг будут развивать свои отношения путем более близкого общения. Кроме того, ожидается, что на новый уровень выйдет международное партнерство.

6. Борьба за специалистов – использование большего числа непостоянного персонала повлечет усиление конкуренции на рынке квалифицированной рабочей силы между аутсорсинговыми фирмами и фирмами по лизингу персонала (аутстаффинговыми).

6. Аутсорсинг в Республике Беларусь

Рынок аутсорсинговых услуг в Беларуси в настоящее время пока ещё не столь развит, как общемировой, однако уже сейчас приходит осознание того, что он способен повысить конкурентоспособность как отдельных предприятий, так и страны в целом.

Самыми распространенными видами аутсорсинга на данный момент являются бухгалтерский и IT-аутсорсинг. По объему рынка последнего в 2009 г. РБ в регионе Центральной и Восточной Европы заняла 5 место с показателем 384 млн. долларов. При этом, по прогнозам Ассоциации аутсорсинга, в Центральной и Восточной Европе (Central and Eastern European Outsourcing Association, CEEOA) в 2010 г. аналогичный показатель должен был составить 478 млн. долларов, приблизившись т. о. к полумиллиардной отметке. Динамика рынка IT-аутсорсинга за последние 4 года представлена в таблице 2:

Таблица 2 – Динамика рынка IT-аутсорсинга

Год	2007	2008	2009	2010
Объем рынка IT-аутсорсинга, млн. долл.	288	310	384	478

Источник: Central and Eastern European Outsourcing Review 2010

Аутсорсинг бухгалтерских услуг представляет собой выполнение операций по ведению бухгалтерского учета и отчетности сторонними специализированными организациями. Данный вид аутсорсинга имеет под собой правовую базу в виде статьи 6 Закона Республики Беларусь от 18.10.1994 N 3321-XII "О бухгалтерском учете и отчетности" (с изменениями и дополнениями). Согласно данной статье руководитель организации вправе выбирать форму организации бухгалтерского учета, в т. ч. передавать ведение последнего (бухучета) организации, оказывающей соответствующие услуги, либо индивидуальному предпринимателю на договорной основе [10].

Факторами, сдерживающими развитие аутсорсинга в Беларуси, являются отсутствие самостоятельности руководства государственных предприятий в принятии ключевых решений и некоторая пассивность мышления. Необходимо отметить также опасения, касающиеся сохранности информации, и вытекающее отсюда нежелание передавать отдельные сведения сторонним организациям. Дополнительным барьером выступают довольно высокие требования к уровню менеджмента.

Следует заметить, что необходимость формирования рынка аутсорсинга отмечена на государственном уровне. Так, в программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011 – 2015 годы в рамках совершенствования предпринимательства предусмотрено использование аутсорсинга и кооперационных связей в целях налаживания сотрудничества между различными видами бизнеса [11]. Кроме того, осуществляется инвестиционный проект по созданию в СЗЗ Минск центра аутсорсинга по оказанию широкого набора услуг в области логистики [12].

Заключение

В нашем сознании достаточно традиционным способом ведения бизнеса является выполнение компаний если не всех, то подавляющего большинства функций, начиная с ведения бухгалтерского учета, маркетинга, логистики и заканчивая охраной производственных и офисных зданий, уборкой помещений и целым рядом иных второстепенных функций. Однако опыт ведущих мировых компаний, использующих механизм аутсорсинга, свидетельствует о том, что с его помощью можно снизить затраты, повысить качество сервиса, высвободить часть персонала, добиться целого ряда иных преимуществ. Небольшим компаниям такая практика позволяет выживать и получать возможность пользования ключевыми технологиями, крупным – упрощать структуру организации. Таким образом, именно благодаря аутсорсингу можно достаточно эффективно оптимизировать бизнес и успешно функционировать на рынке.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента: уч. пособие / Б.А. Аникин, И.Л. Рудая. – М.: Инфра-М, 2006.
2. Аутсорсинг. Новая система организации бизнеса: уч. пособие / Михайлов Д.М. – М.: КНОРУС, 2006.
3. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента: уч. пособие / Б.А. Аникин, И.Л. Рудая. – М.: Инфра-М, 2006.
4. http://www.cfin.ru/management/practice/restructuring_and_outsourcing.shtml
5. Официальный сайт международного института аутсорсинга: <http://www.outsourcing.com>
6. <http://www.insidebusiness.ru/biznes/ekonomika/offshornyj-ajtsorsing.html>
7. <https://www.gartner.com/it/page.jsp?id=1629014>
8. http://www.job-today.ru/nnovgorod/issue/s50_06_3.htm
9. <http://outsourcing.ru/content/rus/315/3153-article.asp>
10. Журнал «Финансы, Учёт, Аудит»/ Бухгалтерский аутсорсинг в Беларуси/июнь 2008
11. http://www.belta.by/ru/all_news/economics/Proekt-osnovnyx-polozenij-Programmy-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-Respubliki-Belarus-na-2011-2015-gody_i_531148.html#5_2
12. <http://www.fezminsk.by/resident/enterprises/>

ВЕНДИНГ – НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА РОЗНИЧНУЮ ТОРГОВЛЮ

Вендинг получил широкое распространение во всём мире, как удобный и не очень требовательный способ вести торговлю или оказывать услуги. Несмотря на более чем столетнюю новейшую историю, он до сих пор не утратил ни динамизма развития, ни привлекательности для предпринимателей. Наоборот, развитие технологий позволяет производить все более разнообразные и функциональные машины, расширять круг продаваемых автоматами товаров.

Прототипы современных торговых автоматов появились более двух тысяч лет назад в Древнем Египте. Первое письменное упоминание о них встречается в работе Герона «Пневматика». В ней он описал торговый автомат, который устанавливался в храмах и при опускании в него монеты выдавал святую воду.

Последующие попытки создания торговых автоматов были осуществлены в Китае. И в 1076 г. появился механизм, через который можно было обменять монету на карандаш.

Затем в истории развития торговых автоматов наступил длительный перерыв и только в начале XVII века в Лондоне появились первые механические табачные автоматы, которые при опускании монеты выдавали порцию табака на одно курение.

По-настоящему торговля через автоматы начала развиваться только в конце XIX века. В 1851 г. на всемирной промышленной выставке в Лондоне был продемонстрирован первый автомат по продаже напитков. В 1887 г. в Англии появилась первая в мире фирма, продающая товары исключительно через торговые автоматы.

Стоит отметить, что в СССР во второй половине XX века была очень хорошо развита продажа товаров и услуг через торговые автоматы. Наиболее известными поставщиками торговых автоматов являлись «Автоматторг» и «Киевский завод торгового машиностроения». Однако автоматы советского периода не отличались разнообразием. Наиболее известный – это автомат по продаже газированной воды, который был установлен практически в каждом населённом пункте Советского Союза. Однако из-за распада СССР и, как следствие, роста инфляции продажа и обслуживание автоматов перестала быть рентабельной, и развитие вендинга существенно замедлилось.

Долгое время развитие индустрии торговых автоматов сдерживалось из-за их неспособности принимать бумажные деньги, однако технический прогресс устранил это препятствие. И в 1960 году появились первые купюроприемники. В 80-е годы в вендинговых автоматах начали использоваться электронные компоненты, чуть позже появилась возможность расплачиваться карточкой. А в 90-е годы автоматы уже могли самостоятельно подключаться к Интернету или пользоваться мобильной связью.

На сегодняшний день по странам безусловными лидерами в развитии вендинга являются Япония и США. В этих странах установлено более 6 млн. торговых автоматов.

Автором данной работы было проведено маркетинговое исследование рынка торговых автоматов. На основании собранной вторичной информации была разработана следующая классификация вендинга (см. табл. 1).

Рассмотрим более подробно представленные в таблице виды вендинга.

Коммерческий вендинг предполагает использование торговых автоматов для систематического получения прибыли.

Таблица 1 – Классификация вендинга

Признак классификации	Виды вендинга
1. Цель использования	1.1 Коммерческий вендинг 1.2 Некоммерческий (социальный) вендинг: → вендинг, ориентированный на защиту окружающей среды; → вендинг, направленный на предотвращение заражения СПИД; → вендинг, касающийся социальных пожертвований; → вендинг, сосредоточенный на культивировании здорового образа жизни; → вендинг, обращенный содействию сохранности природных ресурсов; → вендинг, сконцентрированный на борьбу с преступностью; → и др.
2. Реализующий субъект	2.1 Брендový вендинг (вендинг производителя продукта) 2.2 Вендинг посредника продукта
3. Объект продажи	3.1 Вендинг товаров: → вендинг продовольственных товаров; → вендинг непродовольственных товаров. 3.2 Вендинг услуг
4. Количество объектов продажи	4.1 Вендинг одного продукта 4.2 Вендинг-микс (вендинг нескольких продуктов)
5. Характер специализации	5.1 Субститутвендинг (вендинг взаимозаменяемых товаров) 5.2 Категорийный вендинг (вендинг взаимодополняющих товаров)
6. Сконцентрированность на определенный сегмент	6.1 Массовый вендинг 6.2 Селективный вендинг (выборочный вендинг)
7. Характер спроса	7.1 Вендинг продуктов повседневного спроса 7.2 Вендинг продуктов особого спроса
8. Месторасположение	8.1 Эксвендинг (вендинг на улице) 8.2 Инвендинг (вендинг внутри помещения)
9. Используемое оборудование	9.1 Механический вендинг 9.2 Электронный вендинг

На сегодняшний день многие зарубежные страны используют торговые автоматы в качестве социального инструмента, т.е. прибегают к **социальному вендингу**. Вот несколько вариантов такого использования:

- **вендинг, касающийся социальных пожертвований.** Например, использование торгового автомата для сбора средств бедным детям Бразилии. На витринах вендинг-машин появлялись картонные муляжи детей по ценам от 1 до 5 долларов. Желаящий пожертвовать деньги покупал муляж по той сумме, которую он готов отдать и получал на руки муляж;

- **вендинг, ориентированный на защиту окружающей среды.** Примером может быть **фандомат** – это автомат по приёму у населения алюминиевых и пластиковых банок, бутылок и выдающий за это деньги (см. рис. 1);

- **вендинг, обращенный содействию сохранности природных ресурсов.** В качестве примера может быть автомат по продаже грязной воды, который был установлен в Нью-Йорке. Слоган, размещенный на данном автомате гласил: «Всего 1 доллар требуется, чтобы обеспечить ребенка чистой питьевой водой в течение 40 дней» (см. рис. 2);

- **вендинг, сконцентрированный на борьбу с преступностью.** Примером может быть «оружейный» автомат, демонстрирующий, насколько легко приобрести оружие в Южной Африке (см. рис. 3). Деньги прохожих, желающих помочь решению данной социальной проблемы шли в Фонд борьбы с преступностью.



Рисунок 1 – Пример фаномата



Рисунок 2 – Пример вендинг-машины, используемой для содействия сохранности природных ресурсов



Рисунок 3 – Пример вендинг-машины, направленной на борьбу с преступностью

Зачастую торговые автоматы могут выступать инструментом брендинга (**брендовый вендинг**). Компании, использующие такой подход, не рассчитывают на большие доходы от продаж через торговые автоматы. В данном случае они всего лишь привлекают к себе внимание, увеличивая узнаваемость своего бренда. Доказано, что даже если человек не купит товар через автомат, то он обязательно приобретёт его в магазине. **Вендинг посредника** продукта осуществляется независимым юридическим или физическим лицом.

Автоматная торговля может быть представлена как *продовольственными товарами*, так и *непродовольственными*. В последнее время всё чаще стали появляться торговые автоматы, предоставляющие различные услуги. Примерами **вендинга услуг** могут быть следующие: автоматы по чистке обуви, автоматы делающие маникюр, автоматы по распрямлению причёски.

Торговый автомат может специализироваться на продаже *одного продукта*, а может осуществлять продажу сразу *нескольких (вендинг-микс)*.

● **Субститутвендинг** представляет собой автоматную торговлю взаимозаменяемыми товарами. Например, *чипсы, сухарики или чай, кофе, какао*.

● Одним из перспективных направлений является **категорийный вендинг**, который предполагает добавление в ассортиментный перечень взаимодополняющих товаров. Например, *в автомат с прохладительными напитками добавить батончики, вафли, печенье*.

В зависимости от ориентации на определённый сегмент вендинг может быть **массовым** или **выборочным**, т.е. для определенного сегмента потребителей. Примером массового вендинга может быть *автомат по продаже мороженого*, выборочного – *копировальный автомат для студентов, учащихся*.

Через торговый автомат могут быть реализованы совершенно разные продукты, отвечающие требованиям как *повседневного* (фрукты, овощи и др.), так и *особого спроса* (ювелирные изделия, дорогие вина и т.п.).

Торговые автоматы не обязательно размещать только внутри помещения (инвендинг), современные технологии позволяют устанавливать их на улице (эксвендинг). Такие автоматы оборудованы системой «микроклимат», которая позволяет работать и при низких температурах.

Одними из первых торговых автоматов современности были **механические автоматы**, которые можно ещё увидеть и сейчас. Однако прогресс не стоит на месте и на рынке прочно заняли свои позиции **электронные торговые автоматы**.

Процесс развития торговых автоматов не стоит на месте. Конкуренция между производителями заставляет торговые автоматы становиться более функциональными, надёжными и практичными. Вендинг – это непрерывно изменяющаяся индустрия, однако единственное, что в ней постоянно – так это стремление угодить потребителю.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. www.e-vending.ru
2. www.veq.ru
3. www.supervending.ru
4. www.1000ideas.ru
5. www.pro-vending.ru
6. www.adme.ru
7. www.platix.ru
8. www.kiosks.ru

УДК 228.24(072)

Кострикина Ю.О.

Научный руководитель: ст. преподаватель Степанюк В.Л.

ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВЕНДИНГА В БРЕСТЕ

Сегодня вендинг – это один из самых прогрессивных и динамично развивающихся способов торговли. На сегодняшний день в Беларуси установлено около 2,5 тысяч торговых автоматов. Опираясь на данные мировой статистики, автором данной работы были произведены расчёты, касающиеся определения количества автоматов на душу населения в различных странах. Расчёты показали, что если в ряде стран, на 20-40 человек приходится один торговый автомат, то в Беларуси же это почти на 4000 человек (см. рис.1).

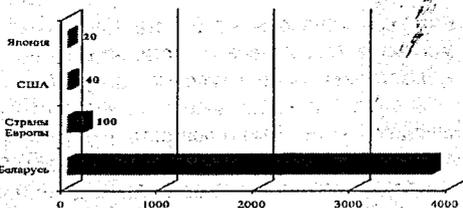


Рисунок 1 – Численность населения, приходящаяся на один торговый автомат, чел.

Эти данные говорят о том, что пока Беларусь значительно отстаёт от других развитых стран, как по количеству, так и по ассортименту торговых автоматов. Согласно статисти-

ке рынок Беларуси не насыщен даже на 5% и поэтому потенциал развития вендинг-индустрии огромен.

Однако возникают следующие вопросы:

1. Сколько действительно вендинг-машин готов принять конкретный город?
2. Может ли быть ориентиром для Беларуси и в частности города Бреста опыт зарубежных стран?

Чтобы подсчитать количество автоматов, которые можно расположить в городе, необходимо учитывать общую численность населения и проводить расчет для конкретного вида вендинг-машин. Проведенный автором расчет показал, что наиболее оптимальным вариантом на данный момент является установление одного торгового автомата на 2 тысячи человек населения. Таким образом, в г. Бресте можно установить около 155 торговых автоматов одного вида.

Рассмотрим более подробно, чем на данный момент представлен рынок вендинга в г. Бресте.

Наиболее ярким представителем является **автомат по продаже горячих напитков** (кофе, чай, какао). Однако на этом виде предприниматели практически и остановились. В Бресте напрочь отсутствуют сэндвичевые автоматы и автоматы по продаже холодных напитков. Очень актуальным является использование автоматов, продающие взаимодополняющие товары.

Например, *рядом с кофейным автоматом разместить автомат по продаже шоколадок и прочих закусок, т.е. использовать категорийный вендинг.*

Копировальный автомат, который наглядно демонстрирует одно из преимуществ вендинга, что воспользоваться услугой можно в любое удобное время.

Банкоматы и платёжные терминалы доказали, что при желании научиться пользоваться автоматом могут люди всех возрастных групп.

Вендинг коснулся также и автолюбителей, предоставив **автоматы по подкачке шин и автоматы-пылесосы.**

Производители торговых автоматов не могли не затронуть детский сектор. И на брестском рынке появились **автоматы по захвату игрушек**, которые вызвали ажиотаж среди взрослых и детей. В продолжение детской темы, также можно встретить **автоматы-качалки.**

Совсем недавно в г. Бресте появилась продукция под торговой маркой «Островок здоровья», а именно **массажные кресла-автоматы.** Можно пойти по стопам зарубежного опыта и внедрить их в различные медицинские и спортивные учреждения. Это позволит, с одной стороны, увеличить количество платных услуг, а с другой – укрепить здоровье нации.

Весы-автомат также были замечены в г. Бресте. Новое поколение платных весов не ограничивается измерением только веса и роста, но и позволяет измерить индекс массы тела, жировой индекс, безжировую и жировую массу тела, общую гидратацию организма (количество воды в теле), артериальное давление, частоту пульса. Такие весы были бы более востребованными, особенно при размещении их в спортивных клубах, тренажерных залах, санаториях, салонах красоты, поликлиниках и т.д.

Музыкальные автоматы – это торговые автоматы с достаточно простым принципом работы. На дисплее необходимо выбрать понравившегося исполнителя, потом его песню, оплатить услугу и взамен получить желаемую композицию. В г. Бресте такой автомат можно встретить в кафе «Магелан», однако массового распространения такой вид автоматов пока не получил.

На сегодняшний день это весь перечень торговых автоматов, которые можно встретить в г. Бресте.

Мировая вендинговая индустрия не стоит на месте. Помимо совершенствования уже существующих торговых автоматов, специалисты неустанно трудятся над созданием новых, более совершенных и функциональных, и следовательно, вариантов дальнейшего развития вендинга достаточно.

Среди всего многообразия существующих вендинг-машин, учитывая социальные и культурные особенности, автором данной научной работы предлагаются следующие виды торговых автоматов с возможной перспективой использования в г. Бресте:

1. **Торговые автоматы для подзарядки сотовых телефонов** (см. рис. 2). Мобильный телефон стал неотъемлемой частью жизни общества и многие излишне волнуются, когда он не заряжен. Поэтому и был придуман автомат для зарядки аккумулятора телефона. Основное, на что надо обратить внимание при реализации такого проекта – это организация безопасности и сохранности мобильных телефонов во время их зарядки.

2. **Автоматы по продаже газет, журналов и книг.** Здесь речь идёт о субситу-вендинге, т.е. автоматах, продающих не только газеты, но журналы и «карманные» книжки в мягком переплете. Последние в отличие от газет, актуальны и на следующий день, и через неделю. Такие автоматы будут уместно размещать в гостиницах, торговых центрах, офисах, вузах, на вокзалах, проходных предприятий, организаций.

3. **Фотокиоски**, которые бывают *печатающие* (с принтером) и *непечатающие* (подключаются к минилабу). Фотокиоски с принтером и одновременно с кассовым аппаратом позволяют самостоятельно загрузить фотографии со всех стандартных видов цифровых носителей, в том числе с карт памяти и через Bluetooth. Пользователям фотокиоска доступно редактирование снимков и после оплаты услуг, фотографии могут быть распечатаны или сохранены на CD или DVD-диск.

Помимо этого, фотокиоск позволяет клиентам, без участия оператора, выполнять следующие действия: оплатить услуги сотовой связи, загрузить мобильный контент, а именно – мелодии, иллюстрации, игры и т.д.

4. **Торговый автомат для чистки обуви** (см. рис. 3). Такая потребность людей, как чистка обуви, не могла не остаться незамеченной производителями вендинговых автоматов. Принцип их работы прост и при этом эффективен. После оплаты услуги, автомат легко приводится в действие нажатием ноги. Потенциальных мест для размещения достаточно: театры и кинотеатры, посольства, офисы крупных компаний, выставочные и торговые центры, отели и рестораны, то есть места большого скопления народа.

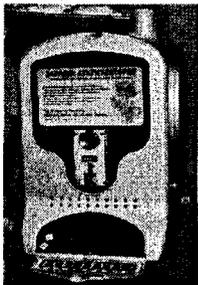


Рисунок 2 – Пример торгового автомата для подзарядки сотовых телефонов

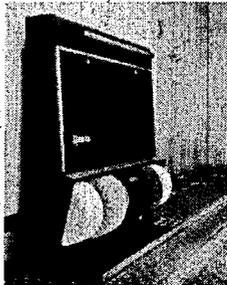


Рисунок 3 – Пример торгового автомата для чистки обуви

5. **Автоматы по продаже билетов.** Для стран Европы автоматы по продаже билетов уже вчерашний день, для Беларуси – пока еще только «новое сегодня». В перспективе такие аппараты должны сократить очереди в кассах, ведь с их помощью можно купить не только билет на городской транспорт, но и на междугородние и международные рейсы. В автомат можно добавить функцию заказа билетов на зрелищные мероприятия. Конечно, есть конторы или билетные кассы, оказывающие такие услуги, однако они не всегда находятся в удобном для покупателя месте.

6. **Автоматы для сбора пожертвований.** Очень часто на улицах города или возле филиалов банков попадаются на глаза объявления, в которых просят оказать материальную помощь. Это могут быть как частные объявления, так и объявления, которые носят глобальный характер (сбор средств пострадавшим Японией от землетрясения и цунами, беженцам после землетрясения на Гаити и т.д.). Однако ввиду бюрократической процедуры оформления перечисляемых средств, многие желающие помочь проходят мимо. Поэтому внедрение автоматов с функцией «Сбор пожертвований» в разы увеличило бы поступление средств на счета нуждающихся. Это объясняется ещё наличием таких преимуществ, как быстрота перевода средств; анонимность платежа.

7. **Фандомат.** Такой автомат предназначен для приёма у населения алюминиевых и пластиковых банок, бутылок и последующей выдачи за это деньги. Автомат оборудован системой «микrokлимат», которая обеспечивает его работу, как в помещении, так и на улице при низких температурах. Такая особенность позволит разместить подобные автоматы повсеместно, тем самым заботясь об экологии населенного пункта.

Белорусский рынок вендинга только недавно начал развиваться и, несомненно, имеет свои особенности. По мере роста экономики и уровня доходов населения автоматическая торговля в Беларуси будет становиться все более востребованной. Обращаясь к мировому опыту, можно не только почерпнуть идеи, но и проследить тенденции развития, перспективы тех или иных направлений и реализовать их на белорусском рынке.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. www.e-vending.ru
2. www.veq.ru
3. www.ru-vending.ru
4. www.biztimes.ru
5. www.evending.ru
6. www.vsvoedelo.ru

УДК 681.3.06

Костюченко А.С.

Научный руководитель: ст. преподаватель Рамская Л.К.

АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ КАЛЬКУЛЯЦИОННАЯ КАРТОЧКА

Целью настоящей работы является создание автоматизированной калькуляционной карточки для предприятия общественного питания ОДО «Пикант» города Бреста.

Работая бухгалтером данного предприятия, автору пришлось столкнуться со следующей проблемой. На каждое блюдо должна оформляться калькуляционная карточка по определённому образцу. Так как меню кафе насчитывает более 120 наименований блюд, то на заполнение всех карточек вручную уходило много сил и времени. При следующей поставке продуктов могли измениться цены, и весь трудоёмкий процесс расчёта приходилось повторять заново.

Поэтому возникла идея на базе Microsoft Excel + VBA автоматизировать процесс заполнения калькуляционной карточки, представленной на рис. 1.

ОДО "Пикант"		код по ОКП	812003	
Наименование блюда		Жаркое "Барелья"		
Калькуляционная карточка № 125				
от 26 апреля 2011 г.				
№ п/п	Продукты	Цена	Кол-во	Стоимость
1	мясо цыпленка бр.	17 250р.	10,30	177 675р.
2	масло растительное	12 600р.	1,18	14 818р.
3	картофель	5 480р.	20,30	111 244р.
4	луи	240 800р.	1,85	445 480р.
5	соус "Тимант"	10 430р.	8,50	88 655р.
6	соль	1 380р.	0,40	552р.
7	перец чилийский острый	10 500р.	0,01	105р.
8	чеснок	35 350р.	0,50	17 675р.
9	орехи грецкие	21 370р.	1,80	38 466р.
				0р.
Заполнить форму			итого	894 670р.

Рисунок 1 – Созданная калькуляционная карточка

В задачу автора входило создание простого и удобного интерфейса приложения с использованием встроенных в Excel стандартных элементов управления: «поле со списком», «текстовое окно» и «кнопка», а также программных модулей к ним, написанных на VBA [1]. Для этого создана рабочая книга с тремя листами: «Карточка», «Расценки» и «Печатная форма».

Первые пять строк листа «Карточка» состоят из реквизитов фирмы ОДО «Пикант», текущей даты (встроенная функция MS Excel), текстового окна PN.text с порядковым номером заполняемой карточки и наименованием блюда.

Строки с 6-ой по 16-ую отведены под таблицу, каждая запись в которой – это один из ингредиентов конкретного блюда. Для автоматизации процесса ввода наименований продуктов были использованы 10 элементов управления «поле со списком», которым соответственно присвоены имена Prod1, Prod2...Prod10. Каждый из ЭУ Prod представляет собой раскрывающийся список продуктов с листа «Расценки». Благодаря процедуре Workbook_Open(), выполняемой при открытии книги, происходит заполнение всех списков на первом листе. Непосредственно для работы с ЭУ «поле со списком» используются однотипные процедуры Prod1_Click() и Prod1_Change().

При возникновении необходимости в новом продукте или другой цене, бухгалтеру достаточно внести изменения в лист «Расценки». После сохранения рабочей книги этот продукт становится доступным для выбора в каждом из 10 списков.

Цена продукта автоматически заносится в диапазон «C7:C16». С помощью диалогового окна (встроенная функция InputBox) вводятся необходимые нормы расхода. Обычной формулой рабочего листа Excel ячейка с ценой умножается на ячейку с количеством, в ячейке «E17» суммируется диапазон «E7:E16». Это и есть итоговая стоимость блюда.

После того, как сформирована калькуляционная карточка на первом листе, можно нажать на кнопку «Заполнить форму», при этом программный код переносит реквизиты

предприятия с листа «Карточка» на лист «Печатная форма», последовательно печатает 10 строк с продуктами конкретного блюда и значение итоговой суммы. В бухгалтерских документах принято итоговую сумму записывать прописью, поэтому в данном проекте создана такая пользовательская функция.

Остаётся только отправить лист «Печатная форма» на принтер. Сформированная калькуляционная карточка (рис. 2) распечатывается и подшивается в папку.

ОДО "Пикант" код по ОКУП 913003
 Наименование блюда **Жаркое "Берестье"**
 Калькуляционная карточка № **125**
 от 19.04.2011

№ п/п	Продукты	Цена	Кол-во	Стоимость
1	мясо цыпленка бр.	17 250р.	10,3	177 675р.
2	масло растительное	12 600р.	1,176	14 818р.
3	картофель	5 460р.	20,3	111 244р.
4	лук	240 800р.	1,83	445 480р.
5	соус "Пикант"	10 430р.	8,3	88 655р.
6	соль	1 380р.	0,4	552р.
7	перец черный молотый	10 500р.	0,01	103р.
8	чеснок	35 350р.	0,5	17 675р.
9	орехи грецкие	21 370р.	1,8	38 466р.
				0р.
			Итого:	894 670р.

Восемьсот девяносто четыре тысячи шестьсот семьдесят рублей

Рисунок 2 – Печатная форма документа

Таким образом, все трудоёмкие расчёты автоматизированы. Теперь огромная часть работы выполняется за считанные минуты, достаточно лишь для каждого конкретного блюда выбрать из списков необходимые продукты и ввести нормы расхода. Всё остальное выполнит Excel+VBA.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Гарнаев, А.Ю. Excel, VBA, Internet в экономике и финансах. – СПб.: БВХ-Петербург, 2005. – 816 с.

УДК 947.6(476)

Студент: **Кравчук Д.Н.**

Научный руководитель: **ст. преподаватель Билевич О.И.**

РИЖСКИЙ МИРНЫЙ ДОГОВОР В СУДЬБЕ БЕЛОРУССКОГО НАРОДА

В ноябре 1918 г. возродилось Польское государство. Его руководство во главе с Юзефом Пилсудским стремилось восстановить Речь Посполитую. Уже в декабре 1918 г. началось наступление польских войск на Беларусь и Украину. К лету 1919 г. польскими войсками была захвачена значительная территория Беларуси, где был установлен польский оккупационный режим.

В конце 1919 – начале 1920 гг. положение поляков на оккупированных территориях осложнилось. Деятельность польской оккупационной администрации вызывала недовольство у населения оккупированных поляками земель Беларуси, Литвы и Украины. На "кресах" стало расширяться партизанское (преимущественно крестьянское) движение антипольской направленности. Несмотря на это, Пилсудский проигнорировал мирные

предложения со стороны РСФСР и весной 1920 г. заключил союз с украинским правительством С.Петлюры, пообещав ему военную поддержку взамен за отказ от Восточной Галиции. В конце апреля 1920 г. польская армия начала наступление на Украине. В начале мая 1920 г. поляки вступили в Киев. Однако попытка польских руководителей укрепить свои позиции на Украине положила конец польскому господству в Восточной Европе. 5 июня 1920 г. Красная Армия перешла в контрнаступление на Украине, а затем и в Беларуси. В августе 1920 г. польские войска были полностью вытеснены с белорусской территории. Летом 1920 г. в польско-советский конфликт попытались вмешаться страны Антанты. 8 декабря 1919 г. Верховный совет Антанты утвердил временную линию восточной границы Польши, предложенную специальной комиссией Парижской мирной конференции 1919 – 1920 гг. (при определении линии границы комиссия приняла за основу этнографический принцип). Державы Антанты рекомендовали провести временную восточную границу Польши по линии Гродно – Яловка – Немиров – Брест-Литовск – Луцк – Сарны (окончательную линию восточной границы Польши предполагалось определить в ходе переговоров между Польшей и Россией при посредничестве Антанты). В июле 1920 г. министр иностранных дел Великобритании Дж.Керзон официально предложил руководству РСФСР принять линию, определенную Антантой, в качестве границы между Польшей и РСФСР (после этого соответствующая линия получила название "линии Керзона"), не вводить советские войска на территории, расположенные западнее данной линии, и начать мирные переговоры с Польшей при посредничестве держав Антанты.

В августе 1920 г. советские войска достигли Варшавы и Львова. Правительства стран Антанты ясно осознавали, что исчезновение Польши приведет к большевизации Германии и стран Центральной Европы, разрушит Версальскую систему международных отношений. На встрече в Фолкстане 9 августа 1920 г. главы правительств Великобритании и Франции заявили, что в связи с отказом правительства РСФСР остановить наступление советских войск на линии, определенной Верховным советом Антанты 8 декабря 1919 г. в качестве восточной границы Польши, предложенной в радиোগрамме 11 июля 1920 г., Польше будет оказана военная помощь. Попытка советизировать Польшу при помощи Красной Армии провалилась. Польское правительство смогло сохранить контроль за ситуацией в стране и укрепить армию под лозунгами "национального единства".

15 августа 1920 г. польская армия перешла в контрнаступление под Варшавой и в короткий срок отбросила Красную Армию от польской столицы. В политическом отчёте ЦК IX Всероссийской конференции (22-25 сентября 1920 г.), главное место на которой занял анализ политики ЦК в войне с Польшей и заключение мира, Ленин откровенно заявил, что наступлением на Варшаву Центрального комитета старался помочь советизации Литвы и Польши. "...Мы должны на штыках пощупать: поспела ли социалистическая революция пролетариата в Польше" [1]. В сентябре 1920 г. военные действия были вновь перенесены на территорию Беларуси. В начале октября 1920 г. поляки в очередной раз заняли Минск. Военные неудачи ухудшили позиции представителей РСФСР на мирных переговорах с Польшей, которые начались 17 августа 1920 г. в Минске, а в середине сентября 1920 г. были перенесены в Ригу.

Учитывая более благоприятное для Польши положение на фронте, Совет защиты государства 11 сентября 1920 г. высказался за включение в состав Польши Виленщины, Гродненщины и части Минской губернии, проведения восточной границы Польши по линии "немецких окопов" (осенью 1915 г. по линии Двинск – Постава – Барановичи-Пинск), отказавшись от "исторических прав" Польши на земли, расположенные к востоку от ука-

занной линии. Дипломатические акции были подкреплены активными военными действиями [2].

21 сентября 1920 г., в столице Латвии Риге мирные переговоры возобновились, но снова без представителей Советской Белоруссии. Председателем советской российско-украинской делегации был А. Иоффе, членами делегации – С. Киров, Д. Мануилский, Л. Оболенский. Председатель военно-революционного комитета БССР А. Червяков (тогдашний формальный руководитель Белорусского советского государства) приехал в Ригу, но А. Иоффе после консультации с советским российским правительством Ленина даже не допустил его к переговорам, сообщив, что вообще вся территория БССР может быть передана Польше, поэтому А. Червякову в переговорах не надо участвовать. А. Иоффе прямо заявил А. Червякову, что с Польшей заключает мир Россия, а не Беларусь. Червяков смолчал. Ему было любезно разрешено быть только экспертом советской делегации [3]. Так Белорусская ССР была принесена в жертву и могла бы вовсе не существовать.

Первоначально советские представители пытались примириться с Польшей на основе "линии Керзона", допуская возможность территориальных уступок в районе Белостока (в Беларуси) и Хелма (на Украине). Однако польская делегация добивалась более серьезных территориальных уступок, предложив принять за основу границы линию "немецких окопов" (российско-германского фронта периода 1915-1917 гг.), считая ее хорошо подготовленной в инженерном отношении к использованию в качестве оборонительного рубежа Польши на Востоке.

Вопрос о возможности примирения с Польшей рассмотрела проходившая в Москве 22-25 сентября 1920 г. IX конференция РКП(б). Большинство делегатов выступало за продолжение военных действий, считая, что поражение было вызвано причинами чисто субъективного свойства. Однако часть делегатов (в т.ч. В.И. Ленин и руководители польской коммунистической партии) считали, что продолжение военной кампании осложнит внутривосточное положение в РСФСР. 23 сентября 1920 г. ВЦИК в специальном заявлении предложил положить в основу мира с Польшей немедленное, торжественное подтверждение как Польшей, так и Советской Россией независимости Украины, Литвы и Беларуси и официально признать их государственные учреждения (сеймы, парламенты или съезды Советов). Советская сторона выражала готовность немедленно заключить мир с Польшей и установить российско-польскую границу "значительно восточнее "линии Керзона".

В конце сентября 1920 г. советская делегация на мирных переговорах в Риге получила секретное указание удовлетворить требования Польши в части изменения ее границ. 12 октября 1920 г. в Риге, в 7 часов 30 минут вечера по местному времени были подписан договор о перемирии и прелиминарных (т.е. предварительных) условиях мира. Договор подписали делегации РСФСР, Украинской ССР и Польши. Снова, делегацию ССРБ не допускают, как мы видим, к переговорам. Договор содержал статьи, затрагивавшие политические, территориальные, экономические, правовые вопросы. Он состоял из 13 главных статей и Добавочного протокола к договору. Сразу же можно отметить, что ни РСФСР, ни польское правительство не выполняли пункты данного договора. Польское правительство и РСФСР продолжали военную активность, о чём свидетельствует бой на подступах к Минску. РСФСР, в свою очередь, отказывалась выплачивать аванс, оговоренный в Добавочном протоколе.

18 марта 1921 г. в 10 часов 30 минут по местному времени в центре Риги, во дворце «Чёрноголовых», в том самом большом зале, где 12 октября 1920 г. был подписан дого-

вор о перемирии и предварительных условиях мира, открылось последнее заседание мирной конференции и был подписан Рижский мирный договор, которым официально прекращалась советско-польская война 1919-1920 гг. Договор был подписан делегациями Советской России, Советской Украины и Польши "окончательный, прочный, почётный и основанный на взаимном соглашении мир", который остановил кровопролитную войну. Российская делегация подписала договор и за правительство БССР. Договор состоял из преамбулы, 26 статей и 10 дополнений и затрагивал различные аспекты взаимодействия между советскими республиками и Польшей (политические, военные, территориальные, финансовые, экономические, правовые). Договаривающиеся стороны объявляли состояние войны прекращенным, предоставили взаимные гарантии невмешательства во внутренние дела и обязались не поддерживать ни прямо, ни косвенно враждебных интервенций. Он был на польском, русском и украинском языках [3]. На содержание Рижского мирного договора, и в первую очередь его территориальных статей, сильно повлияли неблагоприятные результаты сражения на Висле в августе 1920. Неудачи под Варшавой В.И. Ленин в одном из своих выступлений в октябре 1920 г. назвал «огромным поражением». Но «еще большим поражением», по словам Ленина, для Красной Армии было отступление от Варшавы в августе – октябре 1920 г. Надо понимать, что Ленин имел в виду не только внутренний, но и международный ход развития действий [1]. Рижский договор от 18 марта завершил период многовекового вооруженного противостояния Советской России и Польши, которое имело глубокие исторические корни. Фактически он констатировал банкротство курса советского руководства на мировую пролетарскую революцию.

Большие сложности с соблюдением предусмотренных Рижским договором материальным обязательств возникли буквально сразу после его заключения. Советская и польская стороны начали обмен упреками в невыполнении Рижского договора.

18 сентября польский поверенный в делах Филипович вручил Чичерину ноту, в которой польская сторона потребовала выполнения некоторых пунктов Рижского договора, в частности, выплаты РСФСР до 1 октября взносов в качестве эквивалента за железнодорожное имущество, что должно передаваться Польше.

В ноте от 22 сентября и заявлении от 23 сентября советское правительство выразило готовность выполнять материальные обязательства по Рижскому договору при условии удаления с территории Польши антисоветских организаций. Начавшиеся переговоры привели к подписанию советско-польского Протокола об условиях исполнения Рижского договора от 7 октября. Согласно с ним, РСФСР к 20 октября должна была сделать первый взнос за железнодорожное имущество, а Польша – удалить со своей территории 14 активных антисоветских деятелей.

Министр иностранных дел Польши К. Скирмунт в ноте от 3 мая 1922 г. отмечал, что Советская Россия полностью остановила выполнение Рижского договора. Ситуация по этому вопросу не изменилась в лучшую для Польши сторону в ближайшие месяцы. Польша получила лишь 3% ценностей, которые были вывезены с её территории во время Первой мировой войны. Не было, в частности, получено золото, передача которого Польше была предусмотрена статьей XIII Рижского договора.

Лето 1924 г. принесло дальнейшее ухудшение международного положения Польши. Этот фактор во многом обусловил подписание 25 августа польско-советского Соглашения о эвакуации имущества и взаимной компенсации. Оно устранило последние претензии Польши к СССР по статьям 13 и 14 Рижского договора, хотя советская сторона не завершила выполнение своих обязательств по этим статьям (например, не выплати-

ла 30 млн. золотых рублей за участие польских земель в хозяйственной жизни бывшей Российской империи по ст. XIII Рижского договора). 16 ноября 1927 г. было заключено польско-советское соглашение о передаче материальных ценностей. Польша пошла на новые уступки относительно выполнения СССР материальных обязательств по Рижскому договору. После этого соглашения указанная проблема перестала оказывать заметное влияние на развитие польско-советских отношений [4].

В результате подписания Рижского мирного договора к Польше отошла этническая часть Беларуси (Западная Беларусь) размером 112 км.кв. с населением 4.6 млн. человек, что составляло на тот час больше половины этнической территории Беларуси. Для Польши территория Западной Беларуси стала частью прифронтовой зоны, частью «санитарного кордона» для Европы. Польша, по договору, обязывалась предоставить белорусам, украинцам и русским права, которые обеспечивали бы свободное развитие культуры, языка и вероисповедания.

30 апреля 1921г. договор вступил в силу. Против этого позорного договора, который разделил Беларусь, выступили представители интеллигенции и политических сил БССР. Чтобы подавить волну протеста, центральное бюро Компартии (большевиков) Беларуси дало приказ Чрезвычайной комиссии (ЧК) провести репрессии против деятелей и активистов партии белорусских социалистов-революционеров, союзницы большевиков в борьбе против Польши. В БССР было репрессировано более 900 деятелей и активистов партии белорусских эсеров, белорусской социал-демократической партии и партии социалистов-федералистов.

Состоялись официальные разъяснения. В статье "Мир и Беларусь" секретарь ЦК КПБ (б) В. Кнорин избегал разоблачения глубинных причин, приведших к расчленению Беларуси. По его словам, Польша в нарушение принципа самоопределения "добилась польской государственной границы как раз посередине белорусских земель, через их сердце". Он заявлял: "Мы должны идти на этот мир, который нужен для победы революции, для всей великой Советской Российской Федерации. Ради интересов всей великой мировой революции мы должны жертвовать своими местными, маленькими интересами" [5].

25 марта 1921 г. правительство Белорусской Народной Республики издало обращение «Всему культурному миру», в котором Рижский мирный договор характеризовался как позорный. Правительство БНР не признал его. Против Рижского договора выступили делегаты первой Всебелорусской конференции в Праге (1921 г.), а также и второй Всебелорусской конференции в Берлине (1925 г.). Белорусский народ, в отличие от его большевистского руководства, не признал этот раздел Беларуси.

Рижский мирный договор 1921 г. вошёл в историю как акт разделения территории Беларуси соседними государствами, как трагическое событие в истории белорусского народа.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Круталевич, В. Рижский мирный договор // Родина-1990. – №1. – С.12 – 14.
2. Ладысев, В. Рижский договор 1921 года и курс правительства Советской России на всемирную пролетарскую революцию. – с. 15 – 18.
3. Грицкевич, А. Рижский договор о разделе Беларуси. Страницы нашего прошлого / А. Грицкевич. – Минск, 2009. – С. 363 – 369.
4. Мезга, Н. Дипломатическая борьба вокруг выполнения материальных обязательств по Рижскому договору. – С. 61 – 66.
5. История Беларуси в 6 томах / Н. Кастюк, В. Новитский [и др.]. – Т. 3. – Минск, 2007. – С. 121.
6. Министерство иностранных дел СССР. Документы внешней политики СССР. – Т. 3.
7. Тихомиров, А. Рижский мирный договор 1921 г. и судьба Беларуси. Навсегда вместе. К 60-летию воссоединения Западной Беларуси с БССР / А. Тихомиров. – Минск, 1999.

8. Новак, А. Пилсудский и Ленин в 1920 г. // Родина. – 2010. – №7.
9. Тарасов, К. Мир в Риге (1921 г.) // Новости. – 1999. – 17 сентября.
10. Матерский, В. Рижский трактат и Беларусь (1920 г.) // Белорусская историческая газета. – 2002. – №5.
11. Вернигоров, В. Поражение, которое отрезвляет [Рижский мирный договор] // Белорусская идея. – 2001. – №3.
12. Сироткин, В. Рижский мир // Международная жизнь. – 1988. – №8.
13. Аблизин, В. Виленский узел // Родина. – 2009. – №8.
14. Манусевич, А. Трудный путь к Рижскому мирному договору 1921 г. // Новая и новейшая история. – 1991. – №1.
15. Лазько, Р. Крах Версальской системы в Европе и объединение Беларуси // Белорусская историческая газета. – 2007. – №11.

УДК 339.378.(476.7)

Крылова И.К., Осюк А.А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Прилуцкая Н.А.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ

Белорусская розница сегодня – это одна из наиболее развитых отраслей бизнеса в нашей стране. На белорусском рынке присутствуют практически все форматы и типы розничной торговли. Белорусские розничные объекты уже можно делить на магазины, гипермаркеты, супермаркеты и дискаунтеры. Наиболее яркими примерами таких объектов в городе Бресте являются дискаунтер «Евроопт», «Наш магазин», ТЦ «Корона», супермаркет «Микс» и супермаркет «Асстор-Вест». Между имеющимися и появляющимися новыми магазинами формируется конкуренция. Специфика торговой деятельности такова, что торговые предприятия не располагают обширной базой своих клиентов в отличие от, например, банковского сектора, телекоммуникаций и других. Многие покупатели являются случайными для магазина, а товары, представленные в торговле, одинаковы и, как правило, незначительно отличаются по цене. В этих условиях побеждать в конкурентной борьбе смогут те торговые предприятия, отношения с покупателями у которых приобретут длительный характер. Для их установления предприятия разрабатывают программы лояльности покупателей, то есть формируют для постоянных покупателей материальные (скидки, подарки, бонусы) и нематериальные привилегии (эксклюзивная возможность купить недоступный другим клиентам товар, расширенная информация о компании и её продуктах, билеты на развлекательные мероприятия, VIP-обслуживание и многое другое).

В данной статье будут рассмотрены основные брестские предприятия торговли и их подходы к формированию долгосрочных отношений с покупателями по следующим критериям: цены, материальные аспекты лояльности, парковка, музыкальный фон, использование POS-материалов, качество работы торгового персонала,

Основные брестские предприятия торговли

«Евроопт». Республиканская сеть «ЕВРООПТ» – магазины с оптимальным ассортиментом и низкой торговой наценкой, что достигается снижением издержек: минимальное оформление торгового зала, небольшое количество персонала, упрощенная выкладка товара. Основной принцип доходности – высокая оборачиваемость всех товаров в ассортименте торговой сети. Местоположение: центр города, недалеко от железнодорожного вокзала, рядом находятся троллейбусная остановка и жилые дома, предполагается, что покупатели дискаунтера могут не иметь автомобилей.

«Наш магазин» – магазин у дома (магазин «шаговой доступности») – небольшой магазин, предназначенный для обеспечения текущих потребностей живущих неподалеку покупателей. Ассортимент такого магазина максимально сбалансирован и состоит из товаров повседневного спроса, поскольку покупки «рядом с домом» совершаются ежедневно и включают в себя основные товары потребительской корзины.

ТЦ «Корона» – гипермаркет, объединяет в себе принципы магазина самообслуживания и магазина, разделенного на торговые отделы. Отличается большим размером (6200 кв.м) и увеличенным ассортиментом товаров. ТЦ «Корона» представляет собой европейский формат торговых центров. Он включает в себя несколько подразделений: гипермаркет, крупнейший супермаркет бытовой техники «Корона Техно», детский развлекательный центр «Дискавери», Модный Молл с галереей магазинов известных мировых марок, кафе-пиццерия «Амстердам» и ресторан быстрого обслуживания «Пит-стоп».

«Микс» – супермаркет, то есть крупный магазин самообслуживания по торговле товарами повседневного спроса. Характеризуется удобным расположением, наличием подъездных путей, просторным помещением, дизайн-отделкой интерьера. Супермаркет предполагает постоянное наличие большого ассортимента товаров всех групп. Имеются свои кондитерские, кулинарный и мясной цеха, хлебобулочное производство. Также там располагаются небольшие павильоны по продаже непродовольственных товаров. Кроме того, предусмотрен дополнительный сервис: обменный пункт, банкомат, кафе, кофейня, аптека, услуги почты и страхования; парикмахерская, аптека и т.д.

Асстор – Вест. Предприятие предлагает широкий ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров. Предприятием проводятся распродажи и рекламные акции, действует уникальная дисконтная система для клиентов. На сегодняшний день в составе ООО «Асстор-Вест» 3 магазина и Торговый центр, включающий в себя: супермаркет, кафе 1-ой наценочной категории на 48 посадочных мест, кондитерский цех, кафе-терий «Сладкоежка» и «Мини-кафе для автолюбителей».

Подходы к формированию долгосрочных отношений с покупателями

Цены. Важным критерием при анализе магазина выступают цены на товары в данных магазинах. Для исследования цен был выбран перечень продуктов, так называемая потребительская корзина, представленная в таблице 1.

Таблица 1 – Потребительская корзина

хлеб	"Верасень"
батон	"Молодёжный"
молоко	«Савушкин продукт» 3,3%
яйцо	С1
мясо	св., шейная часть
чай	Ahmad "Earl grey"
сыр	"Российский"
куры 1кг	"Дружба"
макароны	"Пастораль"
масло сл.	«Крестьянское»
рыба, 1 кг	филе хека
мука	Лидская, классическая
масло подс.	"Золотая семечка"
гречка 1кг	усреднённая цена

В течение четырёх недель проводилось исследование динамики цен на выбранный перечень продуктов, результаты которого представлены на рисунке 1. Исследования по-

казали, что на протяжении данного временного периода самые низкие цены наблюдаются в магазине «Евроопт», следом за ним идёт «Корона», далее «Микс» и самые высокие цены зафиксированы в супермаркете «Асстор-Вест».

Материальные аспекты лояльности. Программа лояльности – это форма маркетинга, которая направлена на создание долгосрочных отношений с клиентами, с целью сделать их постоянными покупателями. Лояльность позволяет понять потребности клиента и разработать те сервисы обслуживания, которые ему необходимы. Программы лояльности направлены на увеличение удовлетворенности клиента компанией и в большинстве случаев основаны на использовании дисконтных карт. В Миксе: скидка 3% именинникам, юбилярам и всем виновникам торжества; дисконтная карта 5% при единовременной покупке на сумму 200 тыс. руб. В Асстор-Весте: дисконтная карта 5%, состоящим в браке до 1 года, и/или имеющим детей в возрасте до 3 лет.

Парковка. Необходимое количество мест на стоянке магазинов и торговых центров определяется из расчета 1 машиноместо на 15-25 м² торговой площади. Для более точного расчета может производиться корректировка в зависимости от торговой площади и специализации магазина.



Рисунок 1 – Сравнение потребительской корзины

Коэффициент обеспеченности парковкой показывает, какой процент парковочных мест от требуемого для данной торговой площади имеется в наличии.

Таблица 2 – Обеспеченность парковочными площадями

Магазин	Торговая площадь, м ²	Необходимое кол-во парковочных мест	Имеется	Коэффициент обеспеченности парковкой, %
«Евроопт»	1000	40	18	45
«Наш магазин»	Парковка отсутствует			
«Корона»	6200	248	250	100
«Микс»	1500	60 (150)	247	411 (164)
«Асстор-Вест»	760	30 (76)	74	247 (97)

Музыкальный фон. Звуковой фон в магазине крайне важен, потому, что музыка создает невидимые перегородки между посетителями, не мешая им нормально переговариваться, при этом, не отвлекаясь на разговоры других. Звук обладает способностью

влиять на настроение посетителей. Поэтому если посетителям нравится музыкальное оформление, то они не торопятся покинуть магазин и обязательно зайдут вновь.

Таблица 3 – Использование музыки в точках продаж

Магазин	Музыкальное сопровождение	Звуковая реклама
Евроопт	нерегулярное	нет
Наш магазин	радио	нет
Микс	современная музыка	реклама товаров в зале
Корона	современная музыка	нет
Асстор-Вест	нерегулярное	присутствует

POS-материалы. POS-материалы (POS materials, POS – point of sales – место продажи) – это материалы, способствующие продвижению бренда или товара на местах продаж. POS-материалы служат для дополнительного привлечения внимания и эффективного продвижения товаров.

В магазинах нашего города можно увидеть большое количество разнообразных POS-материалов, одни встречаются чаще, другие можно обнаружить только в каком-то одном магазине. Наиболее часто встречающимися видами POS-материалов являются: мобили, указатели, постеры, стикеры, ценникодержатели, подвесные системы, информационные стойки, дисплей, стриплента, стрипхолдер, шелфтокер, воблеры, стопперы, штендеры, торцевые флаги, нехенгеры.

Качество работы торгового персонала. Работа персонала в торговых точках оценивалась по следующим критериям: работа с жалобами, кассовое обслуживание, помощь в выборе продукта и консультирование.

Оценки по вышеперечисленным критериям были объединены в одну таблицу для более наглядного представления (Таблица 4). Ранжирование оценок осуществлялось по пятибалльной шкале: самый лучший результат оценивался в 5 баллов, а самый низкий в 1 балл.

Таблица 4 – Результаты сравнения торговых организаций г. Бреста

	Критерий	Евроопт	НМ	Корона	Микс	Асстор
1	Обеспеченность парковкой	2	1	4	5	3
2	Музыкальный фон	2	3	5	4	1
3	Материальные аспекты лояльности	2	1	3	5	4
4	Качество работы персонала	3	1	5	2	4
5	Рекламные материалы	1	2	4	3	5
6	Уровень цен	5	4	3	2	1
7	Атмосфера	2	1	5	4	3
8	«Проходимость» в магазине	2	1	5	4	3
9	Сумма	19	14	34	29	24
10	Среднее	2,375	1,75	4,25	3,625	3

Таким образом, наиболее приемлемым по всем критериям магазином является ТЦ «Корона». Однако каждый магазин находит своего потребителя. Так, магазин «Евроопт» и «Наш магазин» имеет низкие цены, но ассортимент таких магазинов невелик, парковка и оформление торгового зала также оставляет желать лучшего.

А такие магазины как «Корона», «Микс» и «Асстор-Вест» кроме продуктов могут предложить клиентам и другие услуги: кафе, магазины непродовольственных товаров, детские развлекательные площадки.

Выбор торгового объекта всецело зависит от личных потребностей потребителя.

ХИМИЧЕСКАЯ КАСТРАЦИЯ КАК МЕРА НАКАЗАНИЯ

Право на половую свободу и половую неприкосновенность – неотъемлемая составляющая права на личную неприкосновенность. Это естественное право каждого, которое наравне с правом на жизнь, правом на свободу, правом на достоинство личности и др. обеспечивается и гарантируется государством. Все равны перед законом и имеют право на равную защиту своего права на половую свободу и половую неприкосновенность безо всякой дискриминации (ст.21, ст.22 и ст.25 Конституции Республики Беларусь 1994 г. (с изм. и доп., принятыми на республиканских референдумах 24 ноября 1996 г. и 17 октября 2004 г.)) [1].

Любые посягательства на половую свободу и половую неприкосновенность представляют серьезную угрозу не только для нормального физического, но и психического развития отдельной личности. Американской психиатрической ассоциацией установлено, что жертва сексуального насилия переживает те же потрясения, что и люди, пострадавшие от землетрясения, травмы на войне, в автокатастрофе и т.д. [2]. Подобного рода деяния негативно влияют на здоровье нации в целом и подрывают ее моральные устои.

Республика Беларусь признает предупреждение и устранение любых форм сексуального насилия одним из приоритетных направлений государственной политики, проводимой на основе и в соответствии со взятыми международными обязательствами (п. 29 Пекинской декларации, принятой 15 сентября 1995 г. на четвертой Всемирной конференции по положению женщин [3]). Прежде всего борьба с посягательствами на половую свободу и половую неприкосновенность ведется путем установления уголовной ответственности.

Уголовный кодекс Республики Беларусь от 9 июля 1999 г. №275-3 (в ред. закона РБ от 15 июня 2009 г. №26-3)[4] содержит запреты на: половое сношение вопреки воле потерпевшей с применением насилия или с угрозой его применения к женщине или ее близким либо с использованием беспомощного состояния потерпевшей (ст.166); мужеложство, лесбиянство или иные действия сексуального характера, совершенные вопреки воле потерпевшего (потерпевшей) с применением насилия или с угрозой его применения либо с использованием беспомощного состояния потерпевшего (потерпевшей), повлекшие по неосторожности смерть потерпевшего (потерпевшей), либо причинение тяжких телесных повреждений, либо заражение ВИЧ-инфекцией, либо иные тяжкие последствия, либо без таковых (ст.167); половое сношение, мужеложство, лесбиянство или иные действия сексуального характера, совершенные лицом, достигшим восемнадцатилетнего возраста, с лицом, заведомо не достигшим шестнадцатилетнего возраста (ст.168); развратные действия, совершенные лицом, достигшим восемнадцатилетнего возраста, в отношении лица, заведомо не достигшего шестнадцатилетнего возраста, совершенные с применением насилия или с угрозой его применения либо без такового (ст.169); понуждение лица к половому сношению, мужеложству, лесбиянству или совершению иных действий сексуального характера путем шантажа, угрозы уничтожением, повреждением или изъятием имущества либо с использованием служебной, материальной или иной зависимости потерпевшего (потерпевшей) (ст.170); использование занятия проституцией другим лицом либо предоставление с корыстной целью помещения (места) лицом, заведомо знавшим, что это помещение (место) будет использовано для заня-

тия проституцией, или организация и (или) содержание притона для занятия проституцией при отсутствии признаков более тяжкого преступления, сопряженные с вывозом за пределы государства лица для занятия проституцией либо без такового (ст.171); вовлечение в занятие проституцией либо принуждение к продолжению занятия проституцией, совершенные с применением насилия или с угрозой его применения либо без такового (ст.171'). За их несоблюдение предусматриваются наказания в виде: конфискации имущества (ч.2 ст.171); ареста на срок до шести месяцев (ч.1 ст.169); ограничения свободы на срок до трех лет (ч.1 ст.170) или до четырех лет (ч.1 ст.166, ч.1 ст.167) или от двух до четырех лет (ст.168); лишения свободы на срок до трех лет (ч.1 ст.170) или от одного года до трех лет (ч. ст.169, ч.1 ст.171') или от двух до пяти лет (ст.168) или от трех до пяти лет (ч.1 ст.171, ч.2 ст. 171') или от трех до шести лет (ч. ст.169, ч.2 ст.170) или от трех до семи лет (ч.1 ст.166, ч.1 ст.167) или от пяти до тринадцати лет (ч.2 ст.166, ч.2 ст.167) или от семи до десяти лет (ч.2 ст.171, ч.3 ст.171') или от восьми до пятнадцати лет (ст.166 ч.3, ч.3 ст.167).

Однако результаты проводимых в РБ независимых социологических исследований позволяют утверждать, что действующая система противодействия посягательствам на половую свободу и половую неприкосновенность недостаточно эффективна. Так, 80% опрошенных женщины подвергались насилию, из них 17% – во время беременности [5]. При этом только около 3% потерпевших обращаются с заявлением в правоохранительные органы, 97% случаев остаются латентными для официальной статистики. Возраст подвергшихся сексуальному насилию распределяется следующим образом: до 12 лет – 16%, от 13 до 18 лет – 32%, от 19 до 25 лет – 26%, от 26 до 30 лет – 7%, старше 40 лет – 4% [6].

Представляется, что лишение свободы как основная мера наказания для осужденных за совершение преступлений против половой свободы и половой неприкосновенности не позволяет в полной мере реализовать все функции уголовной ответственности. Находясь в условиях изоляции, преступник испытывает озлобленность к окружающим и всему обществу за свое разоблачение и использует время на придумывание новых еще более изощренных сексуальных фантазий. Оказавшись на свободе, он воплощает в реальность свои фантазии, но с учетом имеющегося опыта, позволяющего ему не быть обнаруженным и пойманным.

К действенным способам борьбы с преступлениями против половой свободы и половой неприкосновенности следует отнести применение химической кастрации в качестве меры наказания за их совершение. Суть химической кастрации заключается в том, что в организм осужденного вводится специальный препарат (модифицированная форма тестостерона (testerone undecapoate)), блокирующий действие мужского гормона. Это приводит к подавлению сексуального влечения и соответственно снижению агрессивного поведения.

Химическая кастрация как мера наказания уже применяется в США, Швеции, Дании, Германии, Польше и рассматривается парламентом Великобритании. В частности, в США химическая кастрация была введена законом «Меган», принятым после изнасилования 9-летней девочки по имени Меган соседом, ранее дважды судимым за надругательство над детьми. Опыт американцев показал, что после введения химической кастрации как меры наказания в таких штатах, как Калифорния, Техас, Флорида, Джорджия, Луизиана количество рецидивов снизилось с 75% до 3% [7].

Следует также отметить уникальный опыт Чехии, которая практикует добровольную хирургическую кастрацию: после отбывания определенного срока лишения свободы, преступника помещают в психиатрическую лечебницу, которую он может покинуть только согласившись на добровольную кастрацию.

Представляется, что в целях повышения эффективности применения уголовной ответственности за совершение преступлений против половой свободы и половой неприкосновенности в Республике Беларусь необходимо ввести химическую кастрацию как вид наказания. Предлагается применять химическую кастрацию при совершении сексуального насилия любой формы в отношении несовершеннолетних лиц, а также независимо от возрастной категории потерпевших при наличии признака неоднократности совершения преступлений против половой свободы и половой неприкосновенности.

Соответственно, следует внести изменения и дополнения в Уголовный кодекс Республики Беларусь от 9 июля 1999 г. №275-З (в ред. закона РБ от 15 июня 2009 г. №26-З) и закрепить химическую кастрацию как вид наказания в случаях совершения:

- полового сношения вопреки воле потерпевшей с применением насилия или с угрозой его применения к женщине или ее близким либо с использованием беспомощного состояния потерпевшей, совершенного повторно;

- полового сношения вопреки воле потерпевшей с применением насилия или с угрозой его применения к женщине или ее близким либо с использованием беспомощного состояния потерпевшей, совершенного лицом, ранее совершившим насильственные действия сексуального характера;

- полового сношения вопреки воле потерпевшей с применением насилия или с угрозой его применения к заведомо несовершеннолетней или ее близким либо с использованием беспомощного состояния потерпевшей;

- полового сношения вопреки воле потерпевшей с применением насилия или с угрозой его применения к заведомо малолетней или ее близким либо с использованием беспомощного состояния потерпевшей;

- мужеложства, лесбиянства или иных действий сексуального характера, совершенных вопреки воле потерпевшего (потерпевшей) с применением насилия или с угрозой его применения либо с использованием беспомощного состояния потерпевшего (потерпевшей), совершенных повторно;

- мужеложства, лесбиянства или иных действий сексуального характера, совершенных вопреки воле потерпевшего (потерпевшей) с применением насилия или с угрозой его применения либо с использованием беспомощного состояния потерпевшего (потерпевшей), совершенных лицом, ранее совершившим изнасилование;

- мужеложства, лесбиянства или иных действий сексуального характера, совершенных вопреки воле потерпевшего (потерпевшей) с применением насилия или с угрозой его применения либо с использованием беспомощного состояния потерпевшего (потерпевшей), совершенных в отношении заведомо несовершеннолетнего (несовершеннолетней);

- мужеложства, лесбиянства или иных действий сексуального характера, совершенных вопреки воле потерпевшего (потерпевшей) с применением насилия или с угрозой его применения либо с использованием беспомощного состояния потерпевшего (потерпевшей), совершенных в отношении заведомо малолетнего (малолетней);

- полового сношения, мужеложства, лесбиянства или иных действий сексуального характера, совершенных лицом, достигшим восемнадцатилетнего возраста, с лицом, заведомо не достигшим шестнадцатилетнего возраста, при отсутствии признаков изнасилования или насильственных действий сексуального характера.

Безусловно, противодействие сексуальному насилию должно носить комплексный характер и невозможно без осуществления надлежащих преобразований в социально-экономической и культурной сферах. Существенные положительные изменения в сложившейся ситуации требуют совместных усилий государства и общества при непосред-

ственном участии каждого гражданина. Особого внимания заслуживают прогрессивные международные тенденции и положительный опыт отдельных государств.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Психиатрическая ассоциация США [Электрон. ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://www.psych.org>. – Дата доступа: 10.03.2011.
2. Конституция Республики Беларусь 1994 года (с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 ноября 1996 г. и 17 октября 2004 г.). – Минск: Амалфея, 2005. – 48 с.
3. Пекинская декларация [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://www.yurist.by/pekinskaya-deklaratsiya/> – Дата доступа: 10.03.2011.
4. Уголовный кодекс Республики Беларусь от 9 июля 1999 г. № 275-3 (в ред. закона от 15 июня 2009 г.) // Консультант Плюс: Версия 4000.00.30 [Электронный ресурс] / ООО «Сезар Плюс». – Брест, 2011.
5. Сто фактов про белорусских женщин [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://tut.by> – Дата доступа: 10.03.2011.
6. Гайдаренко, Н.П. Сексуальное насилие и вопросы контрацепции // Гинекология: журнал для практикующих врачей. – №1. – 2002. – Т.4.
7. Кто укротит сексуального хищника [Электрон. ресурс]. – 2011. – Режим доступа: http://zhurnal.lib.ru/s/semenow_m_a/22a.shtml – Дата доступа: 10.03.2011.

УДК 339.924

Лобачевская И.Л.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Проровский А.Г.

ПЕРСПЕКТИВЫ СОТРУДНИЧЕСТВА РБ СО СТРАНАМИ БАЛТИЙСКОГО РЕГИОНА

В современных условиях все страны так или иначе зависимы друг от друга, и эта взаимозависимость с каждым годом возрастает. Европейские страны объединяются, и за счет этого возрастает их конкурентоспособность, возникают новые технологии, продукты и виды услуг, расширяются рынки сбыта, что в целом улучшает условия существования многих предприятий.

Не остается в стороне и РБ, которая на сегодняшний день имеет торгово-экономические отношения более чем со 150 странами мира. Одним из направлений внешней политики является развитие сотрудничества со странами Балтийского региона, затрагивающее многие сферы деятельности, в том числе обмен товарами и инвестициями, создание совместных предприятий, морские грузоперевозки, транзит и энергетику.

Территория региона Балтийского моря (РБМ) составляет 2,4 млн. кв. км. и охватывает 11 стран или частей стран. Это страны-члены ЕС: Дания, Эстония, Финляндия, Латвия, Литва, Польша и Швеция, северные земли Германии, а также страны, не входящие в ЕС: Норвегия, Беларусь и северо-западные регионы России. Население Балтийского региона составляет около 110 млн. человек со средней плотностью расселения 46 чел./км.

Хотя площадь региона равна почти половине территории ЕС, население этого региона составляет 23% и ВВП – около 16% общеевропейского. Эти данные ясно показывают, что регион Балтийского моря по общим показателям не является экономическим центром Европы. Это во многом определяется низкими показателями производительности на душу населения в восточной части региона.

Территория стран Балтийского моря является регионом, в котором идет интеграция стран с различными экономическими системами и разными культурами. И хотя экономики стран РБМ взаимосвязаны и взаимозависимы, они развиваются неравномерно и разными темпами. Об этом свидетельствуют основные макроэкономические показатели стран (Таблица 1).

Таблица 1 – Основные макроэкономические показатели стран Балтийского региона (2010 год)

	ВВП (млрд. \$)	ВВП на душу населения (\$)	Инфляция (%)	Доля инвести- ций в ВВП (%)	Безработица (%)
РБ	128,4	13 400	12,9	36,0	1
Эстония	24,65	19 000	2,4	22,5	17,5
Польша	725,2	18 800	2,6	19,5	11,8
Швеция	354	39 000	1,4	18,1	8,3
Германия	2 960	35 900	1,1	18,0	7,4
Дания	201,4	36 700	2,6	17,5	4,2
Россия	2 229	15 900	11,7	18,9	7,6
Финляндия	187,6	35 300	1,2	18,7	8,4
Латвия	32,2	14 300	3,5	15,7	14,3
Литва	56,22	15 900	4,5	15,2	17,9
Норвегия	276,4	59 100	2,4	18,6	3,6

Однако нужно отметить, что экономики стран региона растут быстрее, чем в среднем по ЕС. Более того, региональное сотрудничество сдвигается от односторонней помощи западных стран их восточным соседям – к более сбалансированному обмену. В 2005 г. в девяти из 11 стран региона уровень роста превосходил среднеевропейский на 2,1%. Причем по прогнозам, принимая во внимание потенциал роста стран новых членов ЕС, России и Беларуси, регион Балтийского моря может занять ведущую позицию среди самых динамично развивающихся регионов ЕС. В период с 1995 по 2004 годы совокупный ВВП региона (без России и Беларуси) вырос на 42%. Главными причинами этого можно назвать прямые иностранные инвестиции, хлынувшие в эти страны, а также постоянный рост торговли в регионе, который был вызван дерегулированием и отменой некоторых таможенных административных процедур в новых странах-членах ЕС. Кроме того, регион сохраняет свою позицию мирового экспортера и сильную экспортную ориентацию⁶.

Уровень ВВП распределен неравномерно по территории сотрудничества. В этом регионе представлены самые богатые и самые бедные районы в Европе, во многих случаях – это близлежащие регионы. Странами с высоким уровнем ВВП (более 2 трлн. долл.) являются Германия и Россия. Беларусь, Латвия, Литва и Эстония занимают последние места по этому показателю – менее \$130 млрд. (рис. 1). Но следует отметить, что Беларусь на протяжении многих лет демонстрирует устойчивый экономический рост. За последние 10 лет ВВП страны увеличился практически вдвое. Ежегодно рост ВВП в среднем составляет 8%.

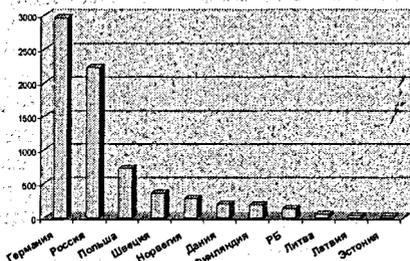


Рисунок 1 – Уровень ВВП стран РБМ, млрд. долл. (2010 г.)

Однако Беларусь имеет достаточно низкий ВВП на душу населения – 13 400\$, что более чем в 2 раза меньше, чем у Швеции, Германии, Дании, Финляндии. А возглавляет

список наиболее благополучных стран не только Балтийского региона, но и планеты – Норвегия. ВВП, рассчитанный по паритету покупательной способности, составляет \$59 100 в год на каждого норвежца.

Уровень инфляции стран-членов ЕС колеблется в пределах 1-3%, кроме Латвии и Литвы, которые являются лидерами по инфляции в Еврозоне (около 4%). Уровень инфляции в Беларуси и России составляет около 12%. Влияние на повышение уровня потребительских цен оказал рост цен на энергоносители, материальные сырьевые ресурсы и продовольствие.

Республика Беларусь занимает последнее место по уровню безработицы среди стран Балтийского региона, он составляет всего 1%. В то время как страны-соседи – Литва, Латвия, Эстония – лидируют по этому показателю (более 14 %). Причинами являются сравнительно низкий уровень зарплат, который приводит к эмиграции трудоспособного населения за границу, в основном в Великобританию, Ирландию, Испанию и страны Скандинавии.

Среди стран Балтийского региона Беларусь занимает первое место по доле инвестиций в ВВП (36%). Второе и третье место занимают соответственно Эстония (22,5%) и Польша (19,5%). Кроме Латвии и Литвы, которые находятся на последних местах по этому показателю, доля инвестиций в ВВП остальных стран колеблется на уровне 18%.

В 2009 году поступления иностранных инвестиций в реальный сектор экономики РБ составили 9 303,7 млн. долл. (по сравнению с аналогичным периодом 2008 г. объем инвестиций увеличился в 1,4 раза), в том числе: прямых инвестиций – 4 821 млн. долларов; портфельных инвестиций – 1,9 млн. долларов; прочих инвестиций – 4 480,8 млн. долларов. В первом полугодии 2010 года иностранные инвестиции в экономику Беларуси возросли на 4,4% по сравнению с аналогичным периодом годом ранее и составили 4,4 млрд. долларов. Основными инвестиционными партнерами Беларуси являются Россия (около 70% всех иностранных инвестиций), Латвия и Германия. В 2009 г. выросли инвестиции из Дании, Литвы, Финляндии. Однако некоторые традиционные партнеры, такие как Польша, Эстония и Швеция, заметно снизили свои вложения из-за кризиса¹.

Малые и средние компании являются двигателем социально-экономического развития РБМ. Они составляют до 99% всех компаний региона, предоставляют до 70% рабочих мест и обладают большим потенциалом инновационных возможностей. Более двух третей всех патентов получают не университеты, исследовательские лаборатории или крупные компании, а самые маленькие или небольшие фирмы.

Безусловным лидером по количеству малых и средних предприятий (МСП) в стране является Россия, на ее территории насчитывается почти 7 млн. малых и средних предприятий. Далее идут Германия и Польша, на территории каждой страны расположено более 1 млн. предприятий (рис. 2). Как правило, малые и средние предприятия занимают подавляющую долю в таких отраслях экономики, как оптовая и розничная торговля, пищевая промышленность, строительство. Наименьшее количество МСП расположено в Литве, Латвии и Эстонии. Что касается количества занятых, то Германия занимает здесь первое место, опережая Россию по этому показателю почти в 2 раза. Это объясняется тем, что в Германии 99,7% всех субъектов хозяйствования относится к малому и среднему бизнесу.

В Беларуси почти половина предприятий малого и среднего бизнеса работает в торговле и общественном питании (42,5%). Доля занятых на МСП составляет 19,7% от общей численности работающих. Удельный вес в ВВП – 9,3%. Причем планируется, что доля малого и среднего бизнеса (МСБ) в ВВП Беларуси к концу 2015 года может соста-

вить около одной трети³. Для этого проводится большая работа по либерализации условий осуществления экономической деятельности.

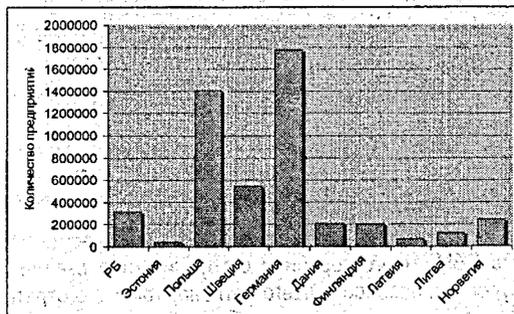


Рисунок 2 – Количество СМП в странах РБМ

Главной целью развития внешнеэкономической деятельности РБ на современном этапе является создание благоприятных условий для участия белорусских товаров в международном торгово-экономическом обороте, обеспечение условий роста экспорта, содействие импорту высоких технологий в целях ускоренного развития национальной экономики, обеспечение доступа к источникам сырья и товарам, производство которых невозможно либо неэффективно в РБ. Поэтому наша страна осваивает новые рынки сбыта, которые находятся рядом. В первую очередь это страны Балтийского региона, товарооборот с которыми в 2007 г. был равен 33 796 641 тыс. долл., что составляет 63,7% от общего товарооборота РБ. Причем Россия остается главным торговым партнером для РБ. В 2007 г. товарооборот между странами составил 26 073 268 тыс. долл. А удельный вес России в нашем экспорте составляет 47%. Также основными торговыми партнерами являются Германия, Польша, Литва и Латвия (Таблица 2).

Таблица 2 – Показатели внешней торговли РБ со странами РБМ

	Экспорт (тыс.\$)	Импорт (тыс. \$)	Оборот (тыс. \$)
Эстония	227 462,0	43 255,0	270 717,0
Польша	1 224 000,0	819 700,0	2 043 800,0
Швеция	77 093,0	134 965,0	212 058,0
Германия	730 639,0	2 171 305,0	2 901 944,0
Дания	34 202,0	90 339,0	124 541,0
Финляндия	37 569,0	102 843,0	140 411,0
Латвия	995 800,0	127 500,0	1 123 300,0
Литва	564 585,0	180 124,0	744 710,0
Норвегия	76 351,0	85 541,0	161 892,0

Меньше всего развиты торговые отношения с Данией. В 2008 году двусторонний товарооборот незначительно сократился и составил \$74,7 млн., хотя при этом экспорт в Данию вырос на 12,7%².

Следует отметить, что Беларусь больше импортирует, чем экспортирует продукцию. Причем, например, импорт из Германии почти в 3 раза превышает экспорт в эту страну (рис. 3). И только saldo в торговле с Польшей, Латвией и Литвой положительное. Проанализированные показатели говорят о том, что нынешнее положение внешней торговли Республики Беларусь требует снижения торговых барьеров, улучшения доступа на экспортные рынки и расширения отечественного экспорта.

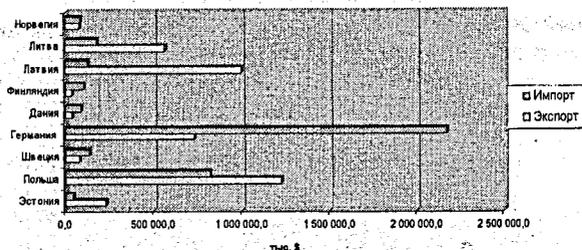


Рисунок 3 – Экспорт и импорт товаров Республики Беларусь

Несмотря на то, что существуют определенные экономические различия между странами, входящими в РБМ, многостороннее сотрудничество взаимовыгодно и позволит повысить как конкурентоспособность всего региона, так и его отдельных частей. Таким образом, можно сделать вывод, что регион Балтийского моря является одним из приоритетных направлений сотрудничества для Беларуси в силу географического положения нашего государства и тесных исторических, экономических и культурных связей с рядом стран. Несмотря на то, что Беларусь не имеет выхода к морю, наша страна обладает разветвленной сетью коммуникаций, представляющей непосредственную значимость для государств Балтики, которые не меньше нашего государства заинтересованы в развитии многосторонних отношений.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Беларусь и страны. Статистический сборник. – Мн.: Министерство статистики и анализа РБ, 2008.
2. Путеводитель белорусского экспортера. Белорусская торгово-промышленная палата. – Мн., 2008.
3. Малое предпринимательство в Республике Беларусь: Статистический сборник. – Мн.: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2010.
4. European SMEs under Pressure. Annual report. – European Commission, 2009.
5. <http://belstat.gov.by>
6. <http://www.hanse-parlament.eu>
7. <http://indexmundi.com>

УДК 330.341:691.002

Махотенко Е.С.

Научный руководитель: ст. преподаватель Носко Н.В.

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОИЗВОДСТВЕ СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Конкурентоспособность продукции на рынке в значительной степени зависит от ее качественных характеристик. Не удивительно, что экономически развитые страны, например, Япония, США, ЕС, сделавшие стратегическую ставку на создание ноу-хау, вышли в мировые лидеры, опередив государства, богатые полезными ископаемыми, т.е. имеющими более выгодную «стартовую площадку». Учитывая, что в Беларуси нет газа и нефти, путь к благосостоянию республики лежит только через внедрение инновационных технологий и создание производств, являющихся пионерами в том или ином направлении [1].

В настоящее время в социально-экономических приоритетах Республики Беларусь особая роль принадлежит развитию наукоемких отраслей производства с высоким уровнем добавленной стоимости. И одним из таких наиболее перспективных направлений

являются нанотехнологии. В основе научно-технического прорыва на наноуровне лежит использование новых, ранее не известных свойств и функциональных возможностей материальных систем при переходе к наномасштабам. Многие из кардинально отличных свойств наноматериалов по отношению к объемным материалам того же химического состава обусловлены эффектами многократного увеличения доли поверхности нанозерен и нанокластеров (до сотен квадратных метров на грамм).

Нанотехнологии требуют малого количества затрат энергии, материалов, производственных и складских помещений. С другой стороны, развитие нанотехнологий требует высокого уровня подготовки ученых, инженеров и технических работников, а также организации производства. Последние обстоятельства присущи состоянию развития экономики и науки в Беларуси и являются предпосылками для разработки и развития нанотехнологий в республике. На сегодняшний день государственные программы развития нанотехнологий реализуются более чем в 50 государствах. В Беларуси с начала нового века активно ведутся работы в области нанотехнологий. С 2006 г. начала выполняться **Комплексная программа прикладных научных исследований «Наноматериалы и нанотехнологии»**, на реализацию которой только в НАНБ тратится около миллиона долларов в год [2].

В последние годы на уровне высшего руководства нашего государства особое внимание уделяется тем отраслям экономики, от состояния которых зависит решение многих социально-экономических вопросов. Одной из таких отраслей, определяющих будущее страны, является строительство [1]. Ежегодно в мире производится порядка 1 м^3 бетона на одного жителя планеты Земля. Естественно предположить, что даже небольшие изменения, например, появление новых материалов, в столь массивной отрасли хозяйства породят ощутимые эффекты для всемирной экономики [3]. Специалисты крупных производственных корпораций утверждают, что с помощью нанотехнологий можно изменить не только качественные характеристики объектов строительства, но и их конструктивные особенности; что здания, построенные с их применением, более прочные и отличаются большей устойчивостью к воздействиям внешней среды [4]. **Добавление всего 0,01% наноматериала в традиционный материал способно полностью изменить его структуру и свойства** – это уже испытано на базе полимеров, бетонов, красок, резины [3].

В соответствии с мировыми тенденциями в РБ был принят ряд мер как бюджетной, так и кредитно-денежной поддержки, которые позволили направить значительные ресурсы в модернизацию и техническое переоснащение сферы строительства. В период с 2006 по 2009 г. различные организации получили почти 4,2 трлн. руб. Однако соразмерной вложенным средствам отдачей от работы комплекса получить не удалось. В настоящее время производительность в отрасли на 30% ниже, чем в таких странах, как Турция, Польша и почти в 2,8 раза, чем в Австрии и Швеции. Специалисты отмечают такую существенную проблему отрасли: застройщикам не хватает отечественных материалов. Например, в сегменте строительных смесей ведущие роли принадлежат иностранным компаниям. Учитывая, что объем рынка составляет 340-350 тыс. т (при усредненной стоимости около 500 тыс. руб. за 1 т), эксперты оценивают ежегодный вывоз валюты из страны в сумму не менее 550 млн. долл. Остановить отток средств и ликвидировать технологическое отставание можно только за счет появления новых современных производств [1]. Поскольку перед строительной отраслью нашей республики стоит серьезная задача по укреплению своих позиций на отечественном рынке и выходу на рынки соседних государств, сегодня как никогда необходимо внедрять инновационные разработки и новаторские идеи [4].

В настоящее время в республике уже проводятся теоретические и экспериментальные исследования, направленные на разработку методов наноструктурного модифицирования материалов, изучение количественных и качественных изменений их важнейших свойств и разработку технологических процессов получения различных видов строительных материалов, изделий и конструкций с улучшенными по сравнению с аналогами физико-механическими характеристиками. Уже получены конструкционные композиционные материалы с уникальными прочностными характеристиками, новые виды арматурных сталей, уникальные нанопленки для покрытия светопрозрачных конструкций, самоочищающиеся и износостойкие покрытия, паропроницаемые и гибкие стекла. Основными строительными материалами, в производстве которых в настоящее время наиболее широко используются нанотехнологические подходы, являются:

- Цементы и бетоны
- Керамика
- Изоляционные материалы
- Стекло
- Краски
- Арматура [5].

Идеальными кандидатами для применения нанопреимущества и контроля свойств являются **бетоны**. Введение нанодобавок обеспечивает максимальную эффективность бетона на стройплощадке и существенно повышает результативность используемого вяжущего с точки зрения предотвращения возникновения трещин и увеличения прочности. Основные проблемы, решаемые с их помощью, – обеспечение заданных свойств бетона и ресурсосбережение. Благодаря использованию добавок, стало возможным регулирование составов и структуры бетонной смеси, ускорение ее твердения. Например, использование наночастиц оксида кремния приводит к значительному уплотнению бетона и повышению прочности на сжатие в 3–6 раз, способствует уменьшению вымывания кальция и увеличивает влагуостойчивость бетона. Другое соединение, активно используемое как добавка к бетонным смесям, – **диоксид титана (TiO_2)**. Он обладает ярко выраженной гидрофильностью, что придает содержащим его материалам способность к самоочистке – капельки воды конденсируются на поверхности и; стекая, увлекают за собой частицы грязи. На сегодняшний день уже налажен широкий выпуск белого бетона с добавкой диоксида титана, обеспечивающего зданиям более эстетичный вид. Исследователи уделяют также много внимания взаимодействию бетона с **углеродными нанотрубками**. Добавка небольшого количества (~ 1 вес. %) окисленных многослойных углеродных нанотрубок к традиционным маркам, например портландцементу, приводит к значительному улучшению прочности материала на сжатие (+ 25 Н/мм²) и изгибной прочности (+ 8 Н/мм²) [3].

Основное преимущество наноматериалов заключается в том, что они используются как добавки в небольших количествах. Их не надо производить сотнями тонн, как цемент, щебень. Материалов мало, денег не так много, а результат удивительный. Кроме того, использование нанотехнологий удешевляет процесс строительства, потому что резко снижается его материалоемкость. Применение более прочных материалов позволяет уменьшить сечение конструкций и снизить объемы материалов.

Однако пока фактическое использование нанотехнологий в строительстве является довольно ограниченным, поскольку инновационные идеи в большинстве своем ориентированы на поверхностные эффекты, а не на формирование новых структур строительных материалов. Тем не менее, достижения в области нанотехнологий постепенно на-

ходят свой путь в строительную отрасль, но их доля ещё достаточно мала – менее 1% в общем объёме материалов строительного сектора. Это не в последнюю очередь объясняется спецификой самой строительной отрасли, которая должна создавать безопасные долговечные объекты с наименьшими производственными и эксплуатационными затратами. Не стоит забывать и о консерватизме, отсутствии производственных мощностей, соответствующих кадров и пр. [5].

Разобраться, как потеснить дилеров иностранной продукции за счёт внедрения ноу-хау, можно на примере ООО «Строительная компания «Пионер», созданной на базе заброшенного завода ЖБИ в городе Иваново. В модернизацию мощностей было инвестировано около 3 млн. долл., благодаря чему на предприятии удалось наладить выпуск наномодифицированных сухих строительных смесей на базе передовых разработок в области строительных наноматериалов. Активное участие в их разработке приняли российские исследовательские институты и госкорпорация РОСНАНО. Отличительная особенность продуктов строительной компании «Пионер» – применение мелкодисперсных частиц [1].

Вся производимая компанией «Пионер» продукция изготавливается с применением инновационной технологии механоактивации и нанодисперсной модификации смеси [4]. **Механоактивация** представляет собой механический способ ускорения химических реакций между твердыми телами, при котором увеличение активности материалов достигается в результате их измельчения (помола). Результаты, получаемые после применения механоактивации базовых компонентов смесей, отличаются от простого перемешивания, практически по всем показателям (см. табл. 1). Увеличивается прочность на сжатие и на изгиб, повышается адгезионная прочность и морозостойкость. Вторым компонентом в технологии производства строительных смесей является их модификация углеродными наноструктурами. Микроскопические дозы углеродных нанотрубок (УНТ) не влияют на стоимость смесей, более того, благодаря дополнительному армированию кристаллами нанотрубок цементного камня, появилась возможность сократить расход цемента, что заметно сказалось на снижении стоимости смесей – на 10-30%. Кроме того, углеродные наноструктуры, работающие так же как и пластификаторы, позволили сократить расход воды, необходимой для затворения растворов, что дало дополнительное увеличение прочности и удобоукладываемости строительных смесей.

Таблица 1

Технология	Прочность на сжатие, МПа	Прочность на изгиб, МПа	Адгезия, МПа	Морозостойкость, цикл	Паропроницаемость, мг/мч Па
Смешивание	10	2	0,5	35	0,04
Механоактивация	12	3	1,0	75	0,02
Механоактивация + наномодификация	15	3	1,5	более 100	0,04

Таким образом, механоактивация базовых компонентов смесей с последующей их модификацией углеродными наноструктурами позволили по максимуму использовать все возможности компонентов, составляющих строительные смеси, получая в итоге удобный в применении функциональный и относительно недорогой материал. Инновационная технология, применяемая при производстве продукции "Пионер", обеспечивает ей по сравнению с аналогами более высокие качественные характеристики и ряд таких преимуществ, как:

- ✓ повышенная прочность, морозостойкость, адгезия, пластичность и трещиностойкость;
- ✓ пониженный расход и сокращённое время набора максимальной прочности;

✓ удобоукладываемость, экологичность, универсальность и длительный срок службы [6].

В целях удовлетворения постоянно растущих требований строительной индустрии собственной лабораторией предприятия в тесном сотрудничестве с учёными ведется постоянная работа по совершенствованию и расширению выпускаемого ассортимента как традиционных строительных материалов, так и принципиально новых для Беларуси – например, таких как нагогазобетонная смесь «Пионер» [4].

По отзывам потребителей, использование материалов торговой марки «Пионер» при осуществлении строительных и отделочных работ позволяет облегчить и ускорить выполнение значительного числа технологических операций, а также, что очень важно, существенно сократить конечную стоимость возводимых объектов. В настоящее время ООО «Строительная компания «Пионер» – это единственное предприятие в Беларуси, которое производит полный спектр сухих строительных смесей нового поколения [7].

Пример строительной компании «Пионер» доказывает, что в Беларуси возможно создать конкурентоспособный продукт не только регионального, но и международного уровня. В кризисный год размер сегмента сухих смесей только в России составил 8,5 млрд. долл. Учитывая, что мировой рынок строительных материалов в ближайшее время будет расти на 10-15% в год, одно предприятие из небольшого города Иваново способно на десятки миллионов долларов выправить отрицательное внешнеторговое сальдо. Активное внедрение строительными компаниями новых технологий позволит не только сократить отток валюты из страны, но и снизить стоимость возведения объектов примерно на 30% при значительном улучшении качественных характеристик [1].

Строительная индустрия представляет гигантское поле деятельности с точки зрения применения нанотехнологий. Поскольку даже небольшие изменения в эффективности используемых в строительстве материалов и технологий оборачиваются чрезвычайно большими экономическими, экологическими, энергетическими эффектами. В связи с этим обязательной становится выработка рациональной политики государства, направленной на поддержку инновационного развития строительных предприятий [3].

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бойко, А. Зачем стройке наночастицы? // Директор. – 2010. – № 9.
2. Пустовалов, В.К. Нанотехнологии: состояние, проблемы, перспективы // Новости науки и технологий. – 2006. – № 1(4).
3. Щербина, М. Материалы активные и умные // Российские нанотехнологии. – 2010. – № 1-2.
4. Нанотехнологии в малоэтажном строительстве // Строим Дом. – 2010. – № 11.
5. Нанотехнологии в строительстве. Что день грядущий нам готовит? // <http://www.a-h.by>, 26.01.2011.
6. Официальный сайт ООО «СК-Пионер» // <http://www.pioneer.by/ru>, 23.02.2011.
7. Пионер – значит первый // Мастерская. Современное строительство. – 2010. – № 8.

УДК [342.5:328] (474.2)

Мелеховец Р.А.

Научный руководитель: Харитонович С.С.

ЭЛЕКТРОННОЕ ПРАВИТЕЛЬСТВО НА ПРИМЕРЕ ЭСТОНИИ

Электронное правительство, e-Government – способ предоставления информации и оказания уже сформировавшегося набора государственных услуг гражданам, бизнесу, другим ветвям государственной власти и государственным чиновникам, при котором личное взаимодействие между государством и заявителем минимизировано и максимально возможно используются информационные технологии.

Понятие «электронное государство» наиболее соответствует английскому понятию e-government. В некоторых случаях оно переводится как «электронное правительство». Такой перевод допустим, но это только одно из его значений. В современных международно-правовых документах, в частности в решениях Европейского суда по праву человека, термин *government* применяется для обозначения государства в целом. Аналогично, в выражении «three branches of government» речь идет о трех ветвях государства в целом, как исполнительной власти («электронное правительство»), так и парламентских («электронный парламент») и судебных органов («электронное правосудие»), а не только обособленно исполнительной власти – правительства [1].

Состав электронного государства:

- оптимизация предоставления правительственных услуг населению и бизнесу;
- поддержка и расширение возможностей самообслуживания граждан;
- рост технологической осведомленности и квалификации граждан;
- повышение степени участия всех избирателей в процессах руководства и управления страной;
- снижение воздействия фактора географического местоположения.

Электронное правительство обеспечивает:

- эффективное и менее затратное администрирование;
- кардинальное изменение взаимоотношений между обществом и правительством;
- совершенствование демократии и повышение ответственности власти перед народом.

В условиях развития информационно-коммуникационных технологий, безусловно, все сферы деятельности государственных органов в электронном виде являются востребованными гражданами и организациями различных форм собственности. Актуальность данного направления подчеркивается динамичностью развития таких сфер, как социальная (ФСС, Пенсионный Фонд, ФМС), юридическая (адвокатура, нотариат, судопроизводство), экономическая (бюджет, финансы, налоги), культурная (наука, образование), медицинская, муниципальная сфера (ЖКХ) и т.д. [1].

По сообщениям российской прессы, по состоянию на июль 2010 г. близко к идеалу электронное правительство работает только в Сингапуре и Эстонии. Поэтому рассмотрим электронное правительство на примере ближайшей географически и культурно стране – Эстонии [1].

В Эстонии – стране с наиболее развитой концепцией электронного государства – сегодня почти все ключевые услуги, предоставляемые государством, доступны он-лайн. 98 процентов банковских транзакций осуществляется через интернет-банки. Практически все население декларирует свои доходы через Сеть. Здесь мало кто покупает проездной билет, так как его с лихвой заменяет билет электронный. Чтобы его получить, человек должен зайти на специальный портал, выбрать нужный ему тип билета (месячный или часовой) и оплатить посредством своей ID-карты (смарт-карта, аналог официального документа, удостоверяющего личность; имеет такую же силу, как паспорт или водительские права, и признается всеми странами Евросоюза. Наличие проездного проверяется по ID-карте беспроводным счетчиком. Электронный билет можно купить прямо с мобильного, позвонив на определенный номер и указав свой личный код.

В Эстонии нет очередей в поликлиниках, так как здравоохранение здесь также электронное. Система электронного здравоохранения *DigiIugu* включает 4 составляющие: «Историю болезни», «Электронную регистратуру», «Электронный снимок» и «Электронный рецепт». Чтобы попасть на прием к врачу, пациент в режиме реального времени обращается в регистратуру с электронным направлением (электронная система регист-

рации есть почти во всех крупных больницах). С 1 января 2010 года в Эстонии появился «Электронный рецепт» – теперь эстонцы не носят в аптеку десятки бумажек. Едва врач выписал рецепт, тот отправляется в базу данных, к которой имеют доступ аптеки. Чтобы получить лекарство, необходимо лишь предъявить ID-карту. Аптекарь не имеет доступа к истории болезни, диагнозу...

Таким образом, благодаря Digilugu создается систематизированная «карта здоровья» человека. При этом никто, кроме лечащего врача и пациента, не имеет доступа к истории болезни.

Приведем последние факты об эстонском электронном правительстве.

Уже 5 лет назад эстонцы на выборах в органы местного самоуправления голосовали через Интернет. А в прошлом году здесь был поставлен рекорд по самой быстрой в мире регистрации нового предприятия: всего за 18 минут...

Подход к реализации e-Государства в Эстонии:

- не писать большие системные проекты, а реализовывать;
- не забирать у министерств и ведомств разных их подотчетные задачи и передавать одному министерству, а создать систему сторонней агрегации (создание Академии Управления, куда входят эксперты, а не чиновники);
- отдать большую часть проектов для реализации бизнесу, позволив часть из них коммерциализировать (например, получать % с транзакций);
- законодательно разрешить микроплатежи с мобильного счета абонента (банкам просто нет смысла участвовать в таких мини-транзакциях из-за высоких издержек одной операции, а вот мобильным операторам – вполне).

Каким образом Эстония позиционируется по отношению к другим (прежде всего – европейским) государствам?

В обзоре Европейской Комиссии "e-Government Benchmarking Reports" сравниваются между собой 31 страна (весь Европейский Союз, плюс Норвегия, Швейцария, Хорватия и Исландия). Сравнение ведется по 20 основным услугам (12 связаны с гос. сектором и 8 услуг с коммерческим сектором)

Из обзора можно выделить:

- 18 из 20 базовых услуг в Эстонии работают в online (90%, 7 место, средний по ЕС уровень 71%)
- По уровню проникновения интернета в домохозяйствах Эстония оказалась ниже среднеевропейского уровня (58% против 60%). Это говорит о том, что подключение к интернету за последние 2 года шло медленнее, чем в среднем по Европе.
- При этом – уровень проникновения интернета на предприятиях выше среднеевропейского (88% против 81%).
- Эстония находится на первом месте в ЕС по уровню развития услуг, связанных с госзакупками (eProcurement, 100%, 1 место, средний по ЕС уровень 56%).
- Интересно, что, с одной стороны, у Эстонии одно из самых высоких в ЕС мест по уровню использования e-услуг среди коммерческих структур (77%) и, в то же время, по уровню использования e-услуг среди населения Эстония отнюдь не блещет (34%). Это при том, что практически все необходимые ключевые услуги, предоставляемые государством, доступны в online. Здесь надо отметить, что именно в последние пару месяцев началась интенсивная рекламная кампания по пропогандированию электронных услуг и единого государственного портала www.eesti.ee.
- Отдельно отмечаются ID-карта и ее высокая распространенность в Эстонии, электронные выборы и Центр Обмена Документами.

В целом Эстония, вне всяких сомнений, принадлежит к числу стран с наиболее развитой концепцией электронного государства в Европе [2].

Вопрос о безопасности данных.

На едином портале электронного правительства Эстонии пошли тоже своим путем: государство не стало создавать 120-ступенчатую систему защиты данных (защита есть и хорошая), но работает другой принцип: статистика просмотров ваших данных доступна вам: кто и когда и какие ваши данные смотрел! Вы сами контролируете эти процессы: можете закрыть-открыть доступ, можете видеть, было ли вмешательство кого-то лишнего в систему. В последнем варианте, если Ваши данные незаконно смотрел кто-то из госаппарата (например, данные, которые напрямую не относятся к сфере ответственности этого госоргана), Вы можете пожаловаться: в Эстонии за это либо штраф, либо понижение в должности, либо уголовное дело (последнее понятно в каких случаях, но пока прецедентов не было). На этом едином портале электронного правительства все разделено на услуги и вход для: Граждан, Бизнеса или Чиновников. Если Вы не авторизованы как чиновник, в данную вкладку Вы не войдете. И так же с остальным [3].

Однако в целом вопрос о безопасности данных – один из главенствующих факторов, сдерживающих развитие полноценной концепции электронного государства. Все дело в слабой персонализации пользования сетью. Остаются проблемы стандартизации обмена данными между различными системами и ведомствами, однако в Эстонии эту проблему успешно решает новая сеть X-road.

Беларусь

В нашей стране не столь впечатляющие результаты, однако уже созданы:

- общегосударственная автоматизированная информационная система;
- система, позволяющая регистрировать юрлица и ИП по принципу одного окна;
- система для выдачи справок гражданам по принципу одного окна;
- система учета госимущества; система по сбору сведений от налоговых агентов о доходах плательщиков;
- система мониторинга финансового положения организаций и множество других проектов [4].

С 2006 года у нас автоматизированы технологии ведения электронной истории болезни стационарных больных кардиологического профиля, процесса получения и обработки статистических данных, оперативного доступа ко всей медицинской информации. Врачи проводят дистанционные консультации (электронный консиллиум) с различными медцентрами. Основная цель остальных проектов в области здравоохранения – оказание консультативной помощи пациентам периферийных учреждений специалистами центральных учреждений Минска.

В Беларуси создан Государственный земельный кадастр и Единый государственный регистр недвижимого имущества, прав на него и сделок с ним. В результате время регистрации недвижимого имущества сократилось с 231 до 21 дня!

Минсвязи совместно с НАН Беларуси разработало документ под названием «Стратегия развития информационного общества в Республике Беларусь на период до 2015 года». Так, к этому сроку в стране планируется создать: электронную экономику, торговлю, здравоохранение, обеспечить занятость людей с ограниченными возможностями [5].

Сложности и отрицательные моменты в процессе внедрения e-Правительства:

- Относительно низкий уровень обеспечения населения дешевым доступом к интернету, «IT-безграмотность».

- Большое количество людей пенсионного возраста, не способных к использованию новой системой.
- Проблема сочетания электронного и «бумажного» путей организации.
- Проблемой развития е-Правительства является то, что большинство граждан не имеют высшего (уже не говоря о юридическом и экономическом) образования и не способны корректно обсуждать действующую законодательную базу, проекты законов, расходы бюджетов, юриспруденцию, материалы правового и экономического характера.
- Препятствием интеграции чиновников в быстро развивающуюся область заключается в том, что их штатный IT-персонал, находясь на зарплате и в зоне комфорта, часто не способен и не желает осваивать новые уровни технологий и коммуникаций.
- Пока слабо проработана концепция безопасности в использовании электронных систем такого уровня, о чем говорилось выше.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. <http://ru.wikipedia.org>, Википедия – свободная энциклопедия
2. <http://shvaikovsky.blogspot.com>, блог Олега Швайковского и Ивана Шапрана, статья «Как эстонское электронное правительство выглядит на европейском фоне?»
3. <http://habrahabr.ru>, пост «Электронное правительство»
4. <http://portal.gov.by>, Общегосударственная автоматизированная информационная система Единый портал государственных электронных услуг.
5. Газета «Обозреватель» 27 (410) от 14.07.2010

УДК 228.24(072)

Мигалюк Т.А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Степанюк В.Л.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА «ГОВОРЯЩИЕ ВЫВЕСКИ» В ПРОДВИЖЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Ставшее крылатым выражение «театр начинается с вешалки» давно пора уже поменять на «театр начинается с вывески», ибо вывеска не только указывает на наличие предприятия в каком-то здании, но может многое рассказать о компании еще до того, как посетитель войдет внутрь. Вывеска нужна точно так же, как электричество, хорошее оборудование и чистота в торговом зале.

В настоящий момент для успешной работы любого предприятия недостаточно придумать и красиво оформить вывеску на фасаде магазина. Следует также выделить ее, используя не только различные варианты написания букв, но также и необычные варианты подсветок. Но, несмотря на такие ухищрения, зачастую, при взгляде на вывески потенциальный потребитель не воспринимает самой индивидуальности вывески и предлагаемого ассортимента данной торговой точкой. К тому же это усугубляется и тем, что разные компании могут иметь практически одинаковые названия.

Начинающему ритейлеру достаточно сложно бывает придумать оригинальное название своей компании, поэтому в ход идет такой вариант, как использование личного имени или имени своих близких людей.

Если же данный вариант приемлем для торговца, то он должен принять во внимание Постановление Министерства юстиции Республики Беларусь от 05.03.2009 г. №20 «О согласовании наименований юридических лиц», так как согласно п. 1.8. данному Постановлению не допускаются к согласованию в качестве наименований:

- наименования, состоящие из одних цифровых обозначений либо менее чем из трех знаков (цифровых обозначений и (или) букв);

- собственные имена лиц, если они не совпадают с именем учредителей и учредители не получили разрешения таких лиц (их наследников).

При соблюдении данных условий, казалось бы, предприятие может начинать функционировать, но есть два существенных недостатка использования личного имени в названии предприятия:

- 1) по соседству с данной торговой точкой может оказаться другая торговая точка с таким же названием, и потребители будут ассоциировать данную торговую точку с вновь открывшейся;

- 2) любое имя всегда имеет свое толкование, и некоторые ритейлеры, зная значение того или иного имени, подбирают ассортимент в соответствии с ним. Потенциальному потребителю, не знающему значения имен, достаточно сложно определить, что конкретно предлагается в данной торговой точке, не заходя внутрь.

Автором данной научной работы был выбран такой путь устранения существующей неопределенности в вывесках, как замена одной из букв символом, соответствующим специфике деятельности предприятия.

Во второй половине 2010 года автором данной статьи было проведено маркетинговое исследование в г. Бресте. Проблема исследования звучала так: «Повлияет ли использование символа в названии предприятия на повышение его конкурентоспособности в глазах потребителя?»

Цели исследования были следующие:

1. Насколько полно отражают замененные буквы специфику деятельности предприятия?

2. Каково влияние месторасположения символа в вывеске на предлагаемый ассортимент?

3. Каким образом месторасположение символа в вывеске отражает специализацию деятельности предприятия?

4. Должен ли символ отображать реально существующий товар в торговой точке?

5. Какие буквы по счету заменяются чаще всего?

6. Существует ли вариант универсальной замены для предприятий, оказывающих услуги, и предприятий, реализующих продукцию?

7. Зависит ли месторасположение символа в вывеске от размеров торговой площади?

8. Насколько цветовой оформление интерьера предприятия должно отражаться в цветовой гамме вывески?

Объектом исследования были выбраны вывески с личными именами. Символ, заменяющий одну из букв, так же как и само имя, использованное в вывеске, были выбраны произвольно.

Методом сбора первичной информации был выбран опрос в форме анкетирования. Объем выборки составил 25 человек, 100% из которых были женщины в возрасте от 18 до 55 лет. Кроме того, это были люди с разным уровнем дохода и имеющие разный уровень образования. Суть данного исследования заключалась в том, что респондентами были предложены различные варианты месторасположения символов в названии вывески, и предлагалось ответить на вопросы, касающихся их ассоциаций относительно каждой вывески.

В ходе исследований были предложены следующие наиболее распространенные варианты для замены букв:

- 1) начальная замена означает, что символом заменяется одна из первых трех букв названия вывески. В исследовании использовались такие имена, как (замена в них происходила следующая):

- «Олег» – буква О – компьютерная мышь;
- «Лариса» (см. рис. 1);
- «Константин» – буква О – наручные часы;
- «Роман» – буква О – компьютерный диск;
- «Розали» – буква О – кольцо с камнем;
- «Валентина» – буква Л – две скрепленные вишни;

2) *серединная замена* – замещается буква, находящаяся в середине названия вывески. В этой ситуации рассматривались:

- «Проход» – буква О (первая) – яблоко;
- «Игорь» (см. рис. 1);
- «Егор» – буква О – чайная пара;

3) *конечная замена* – заменяется одна из последних двух букв. В данном варианте изучались следующие имена:

- «Лариса» – буква А (последняя) – @;
- «Марго» (см. рис. 1);
- «Бенедикт» – буква Т – пальма;
- «Антон» – буква О – солнышко;
- «Элеонора» – буква Р – расческа.

На рис. 1 представлен процесс последовательной замены одной из букв вывески символом с учетом трех рассматриваемых вариантов.

В ходе исследования автором статьи был разработан метод, способствующий устранению неопределенности в вывесках с личными именами. Данный метод был назван «ГОВОРЯЩИЕ ВЫВЕСКИ», он включает в себя разработку марочного знака предприятия и последующее его использование в названии вывески предприятия.

Марочный знак в данном случае представляет собой определенный символ, отражающий главный товар в торговой точке, либо итог деятельности при реализации услуг.

Из рисунка 1 следует, что марочный знак торгового предприятия с именем:

- «Лариса» – женская туфля ярко-красного цвета;
- «Игорь» – зеленая пуговица;
- «Марго» – ноготь с французским маникюром.

Первоначальное название в вывеске		Название с подбором символа	Вид замены
<i>Лариса</i>	⇒	<i>Лариса</i>	Начальная замена
<i>Игорь</i>	⇒	<i>ИгОрь</i>	Серединная замена
<i>Марго</i>	⇒	<i>МаргО</i>	Конечная замена

Рисунок 1 – Последовательная замена букв на символы

Остановимся более подробно на полученных результатах.

При ответах на вопросы анкеты 100% респондентов решили, что предприятие «Лариса» специализируется на продаже женской обуви высокого качества, ассортимент достаточно узкий. В оформлении интерьера присутствует смешение светлых и ярких тонов:

это может быть сочетание светлых тонов стен и ярких тонов торгово-технологического оборудования. Площадь данного предприятия – от 100 до 150 м². Дополнительных услуг в данной торговой точке не предусмотрено.

Подытожив ответы респондентов по всем вывескам, которые относятся к **начальной замене**, можно сделать следующие выводы.

1. Замененная первая буква указывает на специализацию предприятия.
2. Замененная вторая и третья буква указывает на возможность выбора товара, схожего с товаром на самой вывеске.

Предприятие «Игорь», по мнению респондентов, специализируется на продаже швейных изделий и располагает широким ассортиментом разнообразной фурнитуры. В оформлении интерьера преобладают холодные тона, от зеленого до синего. Площадь данного предприятия до 100 м², дополнительная услуга – мелкий ремонт одежды.

Данный вид замены относится к **серединной замене** и указывает на двусмысленность деятельности предприятия: с одной стороны данное предприятие может реализовывать различную продукцию, а с другой стороны предлагать потребителям услуги, напрямую связанные с реализуемыми товарам.

Предприятие «Марго», по единогласному мнению респондентов, является маникюрным салоном. Там предлагают потребителям все виды маникюра: от обычного обрезного, до наращивания ногтей и авторской росписи.

В интерьере использованы светлые тона, соответствующие основным цветам классического французского маникюра: стены окрашены в светло-розовый цвет, оборудование и мебель кремовых тонов, на полу плитка цвета слоновой кости. Площадь данного предприятия от 50 до 100 м², само помещение разделено на две зоны – зона ожидания и зона, где непосредственно оказываются услуги маникюра.

Данный вид замены относится к **конечной замене**. В основном к данному виду замены прибегают предприятия, работающие на рынке услуг. Это связано с тем, что если товар в любой из всевозможных торговых точек видно сразу, то услугу невозможно разглядеть до момента ее оказания.

Результаты исследования при данной замене следующие.

1. Замененная вторая буква от конца косвенно указывает на предмет, с помощью которого осуществляется услуга.
2. Замененная последняя буква указывает на конечный результат оказания услуги.

Также в ходе исследования были выявлены возможные **ошибки при замене одной из букв символом**.

1. **Использование символа, вызывающего ассоциации, не соответствующие специфике предприятия.** Например, использование обычного зонта для создания образа туристической фирмы ассоциируется у большинства опрошенных с продажей пляжных аксессуаров.

2. **Использование шрифта, не соответствующего специфике деятельности предприятия.** Предприятиям, ориентированным на продажу товаров для женщин, следует использовать привлекательные изящные шрифты.

3. **Неверное месторасположение символа.** Символ, находясь на определенном месте в вывеске, может означать совсем не то, что было задумано.

4. **Использование иллюстрации символа не в форме рисунка, а в форме фотографии.** Детализация символа приводит к тому, что теряется читаемость вывески

Для уменьшения количества ошибок при замещении букв символом автором был разработан алгоритм использования символов в названии вывески (см. рис. 2).

1. Определить основной продукт (товар/услугу), предлагаемый предприятием
2. Выбрать в названии вывески букву, наиболее подходящую для замены
3. Подобрать для замены соответствующий символ
4. Подобрать соответствующий шрифт и цветовую гамму, подходящую под используемый символ
5. Протестировать измененное название
6. Внести коррективы в случае необходимости

Рисунок 2 – Алгоритм использования метода «ГОВОРЯЩИЕ ВЫВЕСКИ»

Из вышесказанного можно сделать вывод, что данный метод, несмотря на кажущуюся простоту использования, является достаточно сложным для применения, но в то же время достаточно эффективным для любого предприятия сферы услуг.

Использование данного метода позволит выделить вывеску любого предприятия и сделать ее легкоузнаваемой среди вывесок предприятий-конкурентов.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. О согласовании наименований юридических лиц: Постановление Министерства юстиции Республики Беларусь от 05.03.2009 № 20.

УДК 339.371.246

Михайлина Д.М., Кириенко В.В.

Научный руководитель: доцент Хутова Е.Н.

ВЕНДИНГ ИЛИ ПРОДАЖА ЧЕРЕЗ ТОРГОВЫЕ АВТОМАТЫ

Вендинг – отрасль розничной торговли, которая построена на использовании автоматических продавцов-торговых автоматов.

Торговля через торговые автоматы является высокотехнологичным, рентабельным и высокодоходным бизнесом во всем мире. Сегодня вендинг развивается как альтернативный канал розничной продажи. По оценкам западных экспертов, вендинговый бизнес только формируется и является привлекательным для входа. Это доказывает статистика: рынок Беларуси не насыщен даже на 5%. К примеру, в Европе в среднем на один кофейный торговый автомат приходится 134 человека, а в Беларуси этот показатель в 1000 раз больше.

Порядок организации торговли через торговые автоматы определен законодательной базой Республики Беларусь:

1. Статья 11 закон Республики Беларусь от 28 июля 2003 года № 231-3 «О торговле».
2. Государственный стандарт Республики Беларусь СТБ 1398-2003 «Торговля. Термины и определения», от 28 апреля 2003 года №22.
3. Общегосударственный классификатор Республики Беларусь «Прочая розничная торговля вне магазинов».
4. Налоговый кодекс РБ (Указ Президента Республики Беларусь от 09.03.2010 №143).

В соответствии с пунктом 3 Положения о едином налоге с индивидуальных предпринимателей и иных физических лиц, ИП при розничной торговле товарами с использованием автоматов являются плательщиками единого налога. В нашей стране, в областных центрах это может быть 6% от выручки с уплатой НДС или 8% от выручки без НДС, а также 15% от валового дохода без НДС. В сельской местности – 3% с НДС, 5% без НДС.

Указом Президента Республики Беларусь от 09.03.2010 г. №143 базовые ставки единого налога с индивидуальных предпринимателей и иных физических лиц устанавливаются в размере от 180 – 440 тыс.руб.

По мнению отечественных и зарубежных экспертов, продажа и установка вендинговых торговых автоматов являются одним из самых перспективных сегментов белорусского рынка на ближайшие три года.

Плюсы вендинга:

1. Простота финансовой схемы – торговля через вендинговые торговые автоматы организуется без установки кассового аппарата, на основе упрощенного налогообложения.

2. Достаточно иметь лицензию на розничную торговлю – установка торговых автоматов не требует получения специальных разрешений.

3. Низкая стоимость обслуживания – для обслуживания 10-ти автоматов достаточно одного оператора, который осуществляет загрузку составляющих и инкассацию.

4. Техническая простота установки – малая площадь, обычное электропитание, магистральное или автономное водоснабжение.

5. Планирование своего времени – возможность организовать этот бизнес как дополнительный (семейный бизнес).

6. Мобильность бизнеса – торговые автоматы мобильны и могут легко перемещаться, если объем продаж упал и точка становится не перспективной.

7. Отсутствие затрат на рекламу – автоматы рекламируют сами себя.

8. Вендинг – стабильный бизнес – он не боится экономических кризисов.

9. Возможность круглосуточных бесперебойных продаж.

Минусы вендинга:

1. Торговый автомат – это машина. И, как любая машина, он может сломаться, собственно затраты на ремонт и простой автомата.

2. Конкуренция. Борьба за лучшие места продаж и потребителей.

3. Форс-мажор – отключение света, застряла купюра в приемнике.

4. Сезонность продаж. Большинство товаров носит сезонный характер, и спрос формируется на них неравномерно.

5. Трудоемкость пополнения ингредиентов и обеспечения их качества.

При организации этой формы продажи следует рассмотреть критерии, определяющие успех бизнеса.

Критерии организации вендинг-бизнеса:

1. Месторасположение.

2. Конкуренция.

3. Насыщенность рынка.

4. Охват потребителей.

5. Экономическая целесообразность.

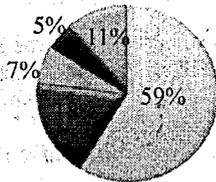
Ключевым двигателем успеха в вендинг-бизнесе в ближайшее время будет возможность получения доступа к выгодным местам размещения.

В мире постоянно составляются рейтинги наиболее популярных мест для установки вендинг-машин. В них обычно лидируют офисы (59%), производственные помещения (18%), отели и учреждения здравоохранения (7%). На учебные заведения и торговые точки приходится всего по 5%. В Беларуси, ситуация выглядит иначе. Первое место по окупаемости автоматов принадлежит школам, колледжам и университетам. На их долю приходится около 46%, на отели и учреждения здравоохранения – 35%, офисы – 15%, а на торговые точки – 1% (рис. 1 и рис. 2).

Чтобы определить доходность того или иного места, на котором планируется размещение аппарата, рассмотрим организацию вендинг-продаж на примере кофе-машин. Исходя из существующей методики расчета себестоимости напитков, а также устано-

вшегося курса доллара на рынке 3110 рублей и условного количества продаж равного 100, проведем условную оценку эффективности организации вендинга.

- В мире**
- офисы
 - производственные помещения
 - отели и учреждения здравоохранения
 - учебные заведения и торговые точки
 - иные менее востребовательные места



- В Беларуси**
- школы, колледжи и университеты
 - отели и учреждения здравоохранения
 - офисы
 - торговые точки
 - иные менее востребовательные места

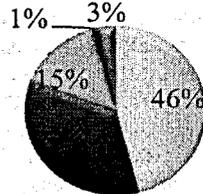


Рисунок 1 – Мировой рейтинг установки вендинг-машин Рисунок 2 – Установка вендинг-машин в Беларуси

Себестоимость напитков с учетом стоимости расходных материалов

Кофе (зерно), 1 кг (USD)	11.69	36325 руб.
Сахар, 1 кг (USD)	1.188	3695 руб.
Молоко сухое, 0.5 кг (USD)	4.10	12751 руб.
Шоколад, 1 кг (USD)	10.00	31100 руб.
Чай лимонный, 1кг (USD)	8.00	24880 руб.
Стакан, 1 шт (USD)	0.017	53 руб.
Размешиватели (2500 шт) (USD)	20.00	62200 руб.

Таблица 1 – Расчет себестоимости одной порции

Наименование напитка	Ингредиенты					Посуда		Себестоимость (руб.)	Цена (руб.)
	Кофе (6-8г) (руб.)	Сахар (4-8г) (руб.)	Молоко (руб.)	Шоколад (руб.)	Чай (руб.)	Стакан (руб.)	Мешалка (руб.)		
Кофе экспрессо	232	30	-	-	-	53	25	355	1500
Капучино	232	30	184	-	-	53	25	539	2000
Макачино	232	30	153	280	-	53	25	788	2000
Чай	-	-	-	-	251	53	25	329	1000
Горячий шоколад	-	-	-	625	-	53	25	703	1500

Таблица 2 – Расчет выручки от реализации в день

Наименование напитка	Количество продаж	Отпускная цена порции	Выручка в день
Кофе экспрессо	10	1500	15000
Капучино	25	2000	50000
Макачино	25	2000	50000
Чай	30	1000	30000
Горячий шоколад	10	1500	15000
			160000

Выручка за месяц – 4.800.000 рублей

- 60000 – аренда

- 384.000 – налог (8% от выручки)

- 171000 – затраты на ингредиенты
- затраты на эл.энергию и з/пл.работникам

При средней себестоимости напитка 550 руб. (5 напитков) и средней цене реализации 1600 руб. доход составляет около 3 млн. руб. в месяц с одного автомата.

Однако следует учесть, что спрос будет формироваться неравномерно. В летние месяцы падение спроса возможно почти до нулевого уровня (каникулы и жаркий период), а в зимние месяцы наоборот. Увеличиваются продажи во время сессии заочного обучения. Даже в зависимости от дня недели, спрос будет различный.

Применение торгового автомата возможно не только для продажи напитков(чай и кофе), но и:

- для продажи товаров для детей (мягкие игрушки, конфеты);
- для продажи сахарной ваты;
- для продажи попкорна;
- для продажи продуктов питания (снеки, чипсы);
- для продажи газированных напитков (кола, спрайт, минеральная вода).

ПРАВИЛА УСПЕШНОГО ВЕНДИНГА:

1. Выбор правильного товара. – Выбирая товар для продаж, необходимо присматривать вещи, способные вернуть ваши деньги и при этом не сильно затратные в обслуживании и содержании.

2. Выбор правильного автомата. – При выборе автомата необходимо изучить все окрестные точки продаж, составить их план и цветовые схемы. Помните, что удачное положение и привлекательность – залог успешного вендинг-бизнеса.

3. Трафик и поток людей. Вендинг – это бизнес, где местонахождение машины имеет абсолютно решающее значение. Подбирать нужно места, где люди двигаются не слишком быстро и их много. Например: на входе в крупный центр люди не задерживаются и не смотря на то что поток огромный продажи могут быть минимальны, в то время как в местах ожидания они могут быть значительными.

4. Дизайн торгового автомата, в котором огромное значение имеет цвет: замечено, что более привлекательным является желтый, за ним идет красный. Если это кофе-автомат, то обязательно должны быть нарисованы большие зерна кофе и кружечка ароматного горячего кофе с дымком, чтобы быстрее захотелось его попробовать. Маркетологи изучили, что чем крупнее автомат, тем больший интерес он вызывает. К достоинствам автомата относится также прозрачный корпус, через который видно, как обрабатывается заказ.

5. Санитарное обслуживание торгового аппарата. Отпечатки пальцев, пятна и пыль портят внешний вид автомата, что способствует моментальному снижению спроса. Необходимо обращать внимание и на чистоту вокруг торгового автомата, никому не нравится покупать товары на «свалке». При установке автомата на улице возможность загрязнения увеличивается.

Заключение

Таким образом вендинг-бизнес является социально значимым, так как позволяет удовлетворить потребности широкого круга потребителей, и экономически привлекательным, так как позволяет получить стабильный, дополнительный доход при достаточно небольших затратах и за короткое время. Развитие этой формы продажи позволит приблизить товар к потребителю, сделать обслуживание мобильным, расширить номенклатуру реализуемых товаров через торговые автоматы.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. О торговле: Статья 11 закон Республики Беларусь от 28 июля 2003 года № 231-3.
2. Торговля. Термины и определения: Государственный стандарт Республики Беларусь СТБ 1398-2003 от 28 апреля 2003 года №22.
3. Прочая розничная торговля вне магазинов: Общегосударственный классификатор РБ.
4. Указ Президента Республики Беларусь от 09.03.2010 №143.
5. www.pravo.by
6. <http://www.saeco.by/vending-business.html>

УДК 339.138:336.12

Надеина Е.В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Степанюк В.Л.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ХОЛИСТИЧЕСКОГО ПОДХОДА В МАРКЕТИНГЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С КЛИЕНТАМИ

Современный маркетинг все дальше уходит от классических представлений, сформулированных в середине XX века. Классический маркетинг продвигал продукт, современный – делает акцент на важность ценностей потребителей, выстраивание взаимоотношений с ними. Возникновение новой функции маркетинга – функции управления взаимоотношениями позволило с других, коммуникативных, позиций взглянуть на технологию маркетинга, когда главной отличительной особенностью товара становятся нематериальные факторы. Современные тенденции рынка способствуют переходу от концепций интенсификации усилий по продаже и коммерциализации рынка к концепции холистического (целостного) управления взаимоотношениями.

Холистический подход в маркетинге взаимоотношений интегрирует изучение, создание и доставку ценности с целью построения длительных, взаимовыгодных отношений и совместного процветания главных участников рынка [1]. При этом маркетологи должны инвестировать в неосязаемый капитал компании, охватывающий всех участников и уделять значительное внимание управлению целостностью взаимоотношений.

В контексте целостности взаимоотношений автором предлагается комплексная модель маркетинга взаимоотношений с клиентами, которая включает в себя следующие ключевые компоненты: CRM/СЕМ-концепцию; маркетинг-микс 4Р-4С, интрамаркетинг, социально ответственный маркетинг.



Рисунок 1 – Комплексная модель маркетинга взаимоотношений с клиентами

CRM/СЕМ-концепция. Информация о клиентах является стратегическим ресурсом компании. При грамотном эффективном использовании информационные технологии обладают большим потенциалом в деле построения взаимоотношений. Передовые информационные технологии позволяют накапливать, хранить большие массивы информации о клиентах и оперировать ими, что способствует повышению эффективности взаимоотношений с клиентами.

Одним из инструментов практической реализации элементов маркетинга взаимоотношений на предприятии в современных условиях становится автоматизированная система CRM (Customer Relationship Management – Управление взаимоотношениями с клиентами).

Методология, которая обеспечивает успех внедрения и использования CRM, включает следующие этапы:

1. **CRM-Тренинг.** Понимание роли CRM в бизнесе организации. Определение потребности компании в сфере CRM и целей CRM-проекта. Планирование CRM-проекта и участие в рабочей группе проекта. Подготовка сотрудников организации к изменениям в системе управления взаимоотношениями с клиентами.

2. **CRM-Экспертиза.** Анализ и описание существующей организационной структуры компании и бизнес-процессов работы с клиентами. Выявление основных потребностей бизнеса. Систематизация целей бизнеса, определение и документирование ожидаемых результатов и границ CRM-проект

3. **CRM-Консалтинг.** Оптимизация бизнес-процессов в сферах продаж, маркетинга и обслуживания клиентов. Создание ключевых показателей деятельности и отчетных форм для контроля этих показателей. Разработка детального плана действий по внедрению новых регламентов и процессов в организации.

4. **Внедрение CRM-системы.** Формирование технического задания по настройке CRM. Техническая настройка CRM и интеграция с другими системами. Обучение пользователей и опытная эксплуатация CRM.

5. **Аудит проекта.** Качественная и количественная оценка степени достижения поставленных целей CRM-проекта. Анализ удовлетворенности ключевых пользователей результатами CRM-проекта [2].

Для оценки экономической эффективности инвестиций в CRM некоторые авторы предлагают использовать следующие модели:

- оценка совокупной стоимости владения (TCO);
- оценка возврата инвестиций (ROI);
- отдача активов;
- оценка единовременных затрат на внедрение и закупку [3].

Наряду с успешным внедрением различных CRM-проектов, некоторые специалисты отмечают, что методикам CRM не хватает заботы о клиенте. Именно поэтому Управление впечатлениями клиента (Customer experience management) и претендует на то, чтобы стать частью обобщенной CRM-методологии в составе деловой стратегии. СЕМ представляет «мягкое» продолжение CRM направленное на управление эмоциями клиента.

Маркетинг-микс 4Р-4С. Маркетинг-микс представляет собой взгляд на маркетинг с позиции маркетолога, хотя логично было бы, чтобы маркетолог рассматривал его с позиции того, на кого он направлен, то есть клиента.

Таким образом, изначальные 4 Р превращаются в 4 С (см. рис. 2).



Рисунок 2 – Маркетинг-микс 4P-4C

В рамках этой модели компания удовлетворяет потребности своих клиентов экономично, удобно и используя эффективные коммуникации. Так, «Цена» превращается в «Затраты потребителя», «Место реализации» – в «Удобство расположения места продаж», «Продукты и услуги» становятся «Потребностями и желаниями клиентов», тогда как «Продвижение» трансформируется в «Коммуникации». Подобная переориентация способствует снижению транзакционных издержек потребителя и повышает эффективность взаимодействия с ним [2].

Интрамаркетинг. Холистический подход в маркетинге взаимоотношений подразумевает активную командную работу. Эффективность управления взаимоотношениями с потребителями зависит от сотрудников компании, которых можно рассматривать как внутренних потребителей. Маркетинг взаимоотношений внутри организации, считают специалисты, необходимо ориентировать, прежде всего, на формирование команды, обучение и мотивацию персонала (см. рис. 3).

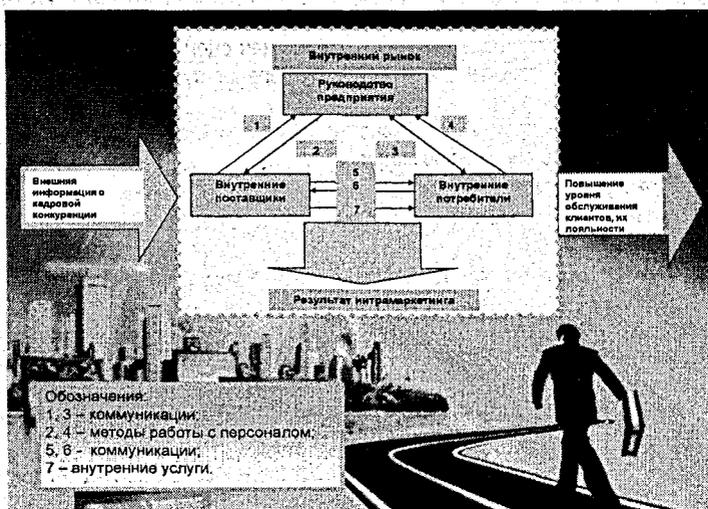


Рисунок 3 – Процесс реализация интрамаркетинга

Интрамаркетинг представляет собой комплекс мероприятий, направленный на поддержание высоких стандартов качества обслуживания потребителей; обеспечение потребительской лояльности; индивидуализацию работы с клиентами; совершенствование системы коммуникаций между персоналом компании и клиентами. Интрамаркетинг находит источник рыночного успеха внутри самого предприятия.

Социально ответственный маркетинг. Социально ответственный маркетинг предполагает добровольную деятельность бизнес-структур по решению социальных проблем, оказанию помощи населению, территориям. Такая деятельность основана, с одной стороны, на принятии решений, исходящих из общегуманитарных целей и ценностей общества, с другой стороны, учитывает объективную необходимость бизнеса быть социально ответственным, в том числе через активную реализацию и актуализацию (через рекламу, ПР и другие элементы, укрепляющие имидж) своей деятельности перед населением, укрепление перед ним своей деловой и социальной репутации [1].

Результатами, которые может обеспечить применение холистического подхода в рамках маркетинга взаимоотношений, являются:

- высокие темпы развития предприятия;
- естественное формирование бренда;
- достижение высокой степени лояльности клиентов;
- развитие корпоративной культуры и ее принятие персоналом на неформальном уровне;
- создание условий, в которых творческие и тактические задачи находят быстрые коллективные решения.

Комплексная модель маркетинга взаимоотношений с клиентами позволяет определить основные элементы и их взаимосвязи, даёт возможность системного исследования маркетинговой деятельности с учётом важности взаимоотношений в современных условиях. Применение холистического подхода в маркетинге взаимоотношений с клиентами наиболее предпочтительно в сфере услуг, которая по программам социально-экономического развития Республики Беларусь в ближайшие годы должна активно развиваться.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Емельянова, Н.З. Основы построения автоматизированных информационных систем: учебное пособие / Н.З. Емельянова, Т.Л. Партыка, И.И. Попов – М.: Форум: Инфра-М, 2005. – 412 с.
2. Морган, Р. Теория приверженности и доверия в маркетинге взаимоотношений / Р. Морган, Ш. Хант // *Российский журнал менеджмента*. – 2004. – № 2. – С. 73. – Т.2.
3. Титоренко, Г.А. Информационные технологии в маркетинге / Г.А. Титоренко – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 335 с.

УДК 658.89:818.2

Надеина Е.В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Степанюк В.Л.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ МАРКЕТИНГА ВЗАИМОТНОШЕНИЙ

Множество изменений, которые происходили за последнее десятилетие, нуждаются в другой практике маркетинга и бизнеса в целом. У компании появляются новые возможности, способные изменить ее подход к осуществлению маркетинговой деятельности. Компаниям нужен свежий взгляд на то, как работать и как конкурировать в новой марке-

тинговой среде. Маркетологи XXI в. осознают потребность во всеобъемлющем, системном подходе, не ограниченном традиционным применением маркетинговой концепции. В условиях зрелых рынков такой концепцией становится маркетинг взаимоотношений.

Главная цель любой компании, взявшей на вооружение стратегии на основе взаимоотношений в конечном итоге, заключается в достижении устойчивой прибыльности. И хотя обмен партнерскими отношениями рассчитан на длительную перспективу, экономическая выгода остается важным моментом для каждой из сторон, участвующих во взаимоотношениях. Маркетинг взаимоотношений – это далеко не альтруизм; его обоснование в первую очередь учитывает такой фактор, как прибыль, а одна из главных целей – обеспечение прибыльности взаимоотношений.

Несмотря на двойственную направленность маркетинга взаимоотношений – как на привлечение, так и на удержание клиентов – он явно отдает предпочтение последнему. Маркетинг взаимоотношений поощряет в первую очередь маркетинг удержания клиентов и лишь потом – маркетинг привлечения клиентов. Причина такой направленности в том, что удержание клиентов, особенно в условиях зрелых рынков, даёт больше преимуществ. Теперь всё больше компаний начинают понимать, что удержание имеющихся клиентов и обеспечение их удовлетворенности имеют больше смысла, нежели большие затраты маркетинговых усилий на привлечение новых клиентов.

Довод о необходимости делать главную ставку на удержание клиентов усиливается предположением о том, что за счёт продолжительности клиентских взаимоотношений также можно получить дополнительную прибыль. Выгоды от взаимоотношений способны накапливаться, то есть, чем дольше продолжается цикл взаимоотношений, тем больше финансовая сила компании.

Экономика удержания считается методом достижения конкурентного преимущества, основанным на факторе времени, – долгосрочные взаимоотношения приносят долгосрочные преимущества. В связи с этим специалистами в области маркетинга взаимоотношений вводится термин «отдача от взаимоотношений» – «долгосрочный конечный (или чистый) финансовый результат, полученный вследствие установления и поддержания организацией сети взаимоотношений». Здесь особо подчёркивается ориентированность на долгосрочную перспективу, поскольку считается, что эффект от лояльности имеет тенденцию накапливаться (имеет кумулятивный характер).

Выделяются следующие **компоненты комплексной модели маркетинга взаимоотношений с клиентами**:

1. *Качество обслуживания в представлении клиента.* Сознательная оценка потребителем обслуживания, о котором он судит по ряду эпизодов, сравнивая уровень предоставляемых услуг с общепринятыми или собственными стандартами.

2. *Ценность в представлении клиента.* Качество обслуживания сопоставляется потребителем с жертвами, которые требуются взамен его получения.

3. *Жертвы, на которые согласен клиент ради взаимоотношений.* Под этим подразумеваются всё то, что требуется от потребителя для поддержания отношений с продавцом в рамках всего набора эпизодов, деньги, которые он платит за продукт, усилия, которые затрачивает, добираясь до нужного места. При этом потребитель сравнивает эти «жертвы» с теми, которых потребовало бы общение с альтернативным продавцом, руководствуясь общепринятыми или своими собственными стандартами.

4. *Приверженность.* Намерения сторон взаимодействовать и их отношение к идее взаимодействия друг с другом; высокая ценность, придаваемая сторонами взаимоотношениям, положительно влияет на приверженность.

5. *Удовлетворённость клиента.* Логическая и эмоциональная оценка потребителем уровня обслуживания, основанная на его личном опыте, который он приобрёл во время всех эпизодов его взаимоотношений с поставщиком.

6. *Связи поставщика и клиента.* Барьеры, препятствующие уходу клиента, привязывают его к продавцу и обеспечивают поддержание взаимоотношений. При этом можно выделить несколько типов связей: юридические, экономические, технологические, географические, временные, социальные, культурные, идеологические, познавательные и психологические.

7. *Альтернативы.* Известные потребителю альтернативные продавцы тех же товаров и услуг.

8. *Прочность взаимоотношений.* Измеряется как покупательским поведением, так и коммуникационным (распространение положительного или отрицательного мнения). Лояльность, то есть повторные обращения, которая также основывается на приверженности потребителя этому продавцу, указывает на более прочные взаимоотношения.

9. *Критические эпизоды.* Эпизоды обслуживания, имеющие решающее значение для продолжения взаимоотношений. Эпизод может расцениваться как критический, если ценности, которыми обмениваются стороны в ходе эпизода, составляют относительно большую долю в имеющихся у них ресурсах, и исходя из опыта, приобретённого во время этого эпизода.

10. *Патронат.* Доля наличных средств, затрачиваемых клиентом на данном рынке, приходящаяся на данного продавца.

11. *Долгосрочность взаимоотношений.* Время, в течение которого длятся взаимоотношения.

12. *Сущность эпизодов.* Типы эпизодов и количество эпизодов каждого типа, происходящих между клиентом и продавцом за время взаимоотношений.

13. *Доход от взаимоотношений.* Общая выручка, полученная от взаимоотношений с клиентом в течение финансового года.

14. *Прибыльность взаимоотношений.* Доход от взаимоотношений за вычетом затрат на взаимоотношения.

15. *Затраты на взаимоотношения.* Общие затраты, понесённые для обеспечения взаимоотношений с клиентом в течение финансового года [2].

Грамотное и умелое применение стратегий удержания клиентов способствует повышению прибыли, снижению затрат и в целом повышает финансовую эффективность. В процессе взаимоотношений с клиентом компания накапливает ряд выгод, составляющих «жизненный цикл прибыли» от потребителя. Модель роста прибыли строится на ряде допущений, среди которых выделяются следующие:

- *прибыль* от клиента с течением времени увеличивается;
- со временем происходит *экономия затрат на обслуживание* имеющихся клиентов;
- со временем образуется *дополнительный доход* от постоянных клиентов за счет того, что по их рекомендациям к продавцу обращается все больше новых потребителей [1].

Исходя из этих допущений, специалисты пришли к выводу, что с течением времени прибыль от клиента увеличивается – к базовой добавляется дополнительная прибыль за счет накопления указанных выгод.

Для того, чтобы оценить результативность комплексной модели маркетинга взаимоотношений с клиентами, автором предлагается использовать *RFM-анализ*.

Основу RFM-анализа составляют следующие характеристики:

1. *Recency* (новизна) – новизна какого-либо события. Чем меньше времени прошло с

момента последней активности клиента (последней продажи товара), тем более вероятно, что действие повторится.

2. *Frequency* (частота или количество) – количество покупок, которые совершил клиент (количество продаж). Чем их больше, тем выше вероятность того, что клиент повторит действие в будущем. Данный параметр рассматривается за определённый промежуток времени (неделя, месяц, квартал, год и т. д.).

3. *Monetary* (деньги) – сумма, которую потратил клиент (выручка от продажи товара). Чем больше потраченная сумма, тем выше вероятность того, что клиент повторит заказ.

Интерес к маркетингу взаимоотношений, усиливаемый в первую очередь выгодами от экономики взаимоотношений, растёт экспоненциально. Однако в основе всех экономических построений лежат очень важные условия: если ключевые факторы правильно оценены, если точно выбраны стимулы, располагающие к развитию и поддержанию взаимоотношений, то выгоды от реализации маркетинга взаимоотношений дадут о себе знать.

Однако считать маркетинг взаимоотношений «хорошим» только потому, что он обеспечивает долгосрочную прибыльность, – значит слишком упрощенно подходить к этому предмету, поскольку необходимо ответить на самые главные вопросы: как и с кем следует строить и поддерживать взаимоотношения и в какую форму их следует облекать.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гордон, Я. Маркетинг партнерских отношений / Пер. с англ. под ред. О.А. Третьяк. – СПб: Питер. 2001. – 286 с.

2. Евстигнеева, Т.В. Маркетинг отношений как современная концепция маркетинга / Т.В. Евстигнеева // Экономические науки: научно-информационный журнал. – 2008. – № 8 (45). – С. 201.

УДК 37.015.3

Наумчик С.С.

Научный руководитель: ст. преподаватель Сobotковская О.Н.

СТРУКТУРНЫЙ АНАЛИЗ ЭГО-СОСТОЯНИЙ

Цель данной статьи показать важность всех трёх эго-состояний и достижение сбалансированной личности через гармонические взаимоотношения между всеми эго-состояниями.

Каждая личность имеет три состояния Я, которые являются отдельными и особыми источниками поведения: состояние Я Родителя, состояние Я Взрослого и состояние Я Ребенка. И это не абстрактные понятия, а реальность.

Состояние Я Родителя.

Одни люди считают, что хорошими родителями быть легко. Другие – что тяжело. Большинство же испытывает при воспитании детей и взлеты, и падения. Одни родители получают радость от детей, другие обижаются на них, третьи не способны справиться с ними по разным причинам. Время от времени родители переживают все три установки.

Родители устанавливают эмоциональный климат, который, подобно атмосферному климату, может быть теплым или холодным, мягким или резким, способствующим или препятствующим росту. Родители, обеспечивающие постоянную, нежную заботу о своих детях через положительные контакты, тем самым поощряют конструктивные сценарии. Родители, пренебрегающие детьми, поощряют деструктивные или неэффективные сценарии. Лучшее, что могут сделать родители для своих детей, – это оценить свой собственный сценарий и затем решить, стоит ли передавать его следующему поколению.

Родители служат моделями, которые отпечатываются в мозгу ребенка. Состояние Я Родителя – это объединение установок и образцов поведения всех эмоционально значимых людей, которые служат для личности родительскими фигурами. Родитель не обязательно функционирует по типу, определяемый культурой как “материнский” или “отцовский”. В действительности люди не обладают явно различимыми материнскими или отцовскими инстинктами. В соответствии с исследованиями Харлоу это положение справедливо и для низших приматов. Люди обучаются быть родителями у своих собственных родителей. Обезьяны, по-видимому, вынуждены делать то же самое.

Многие люди видят своих родителей или через “розовые очки”, или в кривом зеркале. Они воспринимают своих родителей не таким, какие они на самом деле, а скорее как объекты, которые удачно или неудачно удовлетворяют их детские потребности и желания. В любом случае, когда люди начинают осознавать, кем являются или являлись их родители на самом деле, у них возникает критическое отношение к ним, и они могут осудить их или даже начать ненавидеть. Как говорил Оскар Уайльд: “Дети сначала любят своих родителей; затем они становятся старше и судят их; иногда они прощают их”.

Каждая личность имеет мысленные образы родителей, которые образуют ее Родителя. Временами человек ведет себя, говорит, жестикулирует и думает так, как это делали его родители. Иногда человек находится под влиянием их внутренних сообщений.

Родительские транзакции по своей природе бывают заботливыми или содержащими предубеждение. Они применяются со взрослыми так же часто, как и с детьми. Например, заботливая сторона Родителя уместна, если он откликается на временную потребность коллеги по работе в заботе и сочувствии, когда тот слишком взволнован или заболел. Родитель используется неадекватным образом, когда он принудительно воспитывает, критикует или выказывает пренебрежение другому человеку, который не хочет, не желает это слышать или не нуждается в этом.

Родитель – это передатчик культурных и семейных сценариев. Он является ценным и необходимым для человеческого рода, так как облегчает исполнение родительских задач, освобождая Взрослого для решения более сложных проблем существования.

Когда состояние Родителя является неполным или в значительной степени неадекватным, то родительским качествам может быть обучен Взрослый. Методы развития новых состояний Я Родителя находятся в стадии развития. Вы имеете неповторимое состояние Я Родителя, являющегося, вероятно, смесью полезного и вредного поведения. Осознание Вашего Родителя дает Вам более разнообразный выбор способов поведения.

Состояние Я Ребенка.

Каждый ребенок рождается с определенными унаследованными качествами, в определенной экономической, эмоциональной, социальной среде и направляется определенными авторитетами. Каждый ребенок переживает значительные события своей жизни, такие, как смерть кого-то из членов семьи, болезни, наказание, несчастные случаи, переезды и экономические кризисы. Эти события вносят свой вклад в неповторимость детства каждой личности. Не существует двух детей, даже в одной семье, у которых было бы одинаковое детство.

В мозгу и нервной системе каждого из нас содержатся записи того, как мы ощущали свои побуждения, будучи ребенком, как мы воспринимали этот мир, что мы чувствовали по отношению к этому миру и как мы приспосабливались к нему. Состояние Я Родителя объединяет личностей, которые являются эмоционально значимыми авторитетами; состояние Я Ребенка представляет внутренний мир чувств, переживаний и адаптаций.

Личность, которая реагирует так, как это делает ребенок, – с любопытством, нежностью, эгоистично, подло, игриво, находчиво – откликается из своего состояния Я Ребенка.

В каждом из нас находится маленький мальчик или девочка. Когда Вы ведете себя или чувствуете подобно тому, как это было с вами в детстве, Вы находитесь в состоянии Я Ребенка.

Естественный Ребенок чувствует себя свободным и делает то, что он хочет. Когда Вы бываете выразительны, нежны, веселы, эгоистичны или отстаиваете свои права, Вы, скорее всего, выражаете Вашего Естественного Ребенка.

Маленький Профессор – это находчивый маленький ребенок в каждой личности. Когда Вы чувствуете себя интуитивным, переживаете моменты творчества, создаете что-нибудь для удовольствия или манипулирования кем-нибудь, чтобы получить, что Вы хотите, то в этом участвует Ваш Маленький Профессор.

Приспособившийся Ребенок – это воспитанный ребенок, который ведет себя так, как этого хотели бы Ваши отец и мать, например, очень зависимо от них или самостоятельно не по годам, но иногда чувствует себя не о'кей. Когда Вы бываете вежливыми, послушными, избегаете конфронтаций, отделяетесь, медлите или чувствуете себя не о'кей, Вы, вероятно, проявляете Вашего Приспособившегося Ребенка.

Ребенок становится активным, если кто-то ведет себя как родитель. Он также может активизироваться во время зависимости, например, когда человек болен или когда поселится, как, например, в гостях.

Ребенок – это основа представления личности о себе. Ваши ощущения, вероятно, происходят из Вашего состояния Я Ребенка.

Состояние Я Взрослого.

Каждый человек имеет состояние Я Взрослого и может использовать способности Взрослого по обработке данных. Часто обсуждаемая проблема “зрелость против незрелости” не существует в структурном анализе. То, что называют “незрелостью”, – это привычка проявлять детское поведение неадекватным образом.

Состояние Я Взрослого может использоваться для того, чтобы размышлять, вычислять вероятности, собирать, перерабатывать информацию и сохранять ее для использования в будущем. Оно дает возможность быть более независимым и разборчивым в своих реакциях.

Жизненный опыт – это процесс проверки того, что является реальностью. Он включает в себя умение отделить факты от фантазий, традиций, мнений и архаических чувств, замечать и оценивать текущие события, сопоставлять их с прошлым знанием и опытом. Жизненный опыт позволяет находить альтернативные решения.

Человек, который имеет альтернативные решения, может затем оценить возможные последствия различных видов своего поведения. Эти функции Взрослого служат для уменьшения возможности неудач и огорчений и направлены на увеличение творческих удач.

Человек, не удовлетворенный работой, но рассчитывающий “торчать здесь, что бы ни случилось”, может реально оценить свою позицию и решить, является ли она подходящей. Человек, решивший, что “торчать на этой работе, что бы ни произошло”, не имеет смысла, может начать искать альтернативы в зависимости от своих способностей, интересов, возможностей и т.д. Чтобы получить необходимые данные, он может посетить психолога-консультанта, пройти тестирование на профессиональную пригодность, следить за объявлениями в газете по найму, изучать рекламу и т.п.

Критерием состояния Я Взрослого является не исправление решений, а процесс проверки реальности и оценивания вероятностей, на базе которых и принимаются решения. Короче говоря, Ваш Взрослый хочет сказать: “Ты должен делать только самостоятель-

ные объективные оценки ситуации и без предубеждений обдумывать все проблемы, которые обнаружил, или решения, к которым должен прийти".

Качество решений будет зависеть от того, насколько хорошо информирован Взрослый и насколько хорошо Взрослый умеет отбирать и использовать информацию от Родителя и Ребенка. Тем не менее решения, даже принятые с учетом фактов, не обязательно будут "правильными", так как мы, как и все смертные, порой вынуждены принимать решения на основе неполных данных и можем приходиться к неверным заключениям.

Состояние Я Взрослого имеет дело с объективной реальностью. Взрослый не зависит от возраста, но на него влияют образование и жизненный опыт личности. Когда активизируется состояние Взрослого, человек может собирать и перерабатывать информацию, предсказывать возможные последствия различных действий и принимать сознательные решения. Но даже когда решение принято Взрослым, оно не обязательно будет точным, если ему не хватает информации. Однако использование Взрослого может помочь сократить число поступков, в которых он раскаивается, и увеличить возможность успеха.

Когда личность впервые достигает Взрослого осознания, то ее часто охватывает отчаяние. Личность может реагировать на это неприятное чувство по-разному: отдаляясь от других людей, бросая работу, избавляясь от других людей, ничего не делая или достигая исполнительного контроля состояния Я Взрослого над собой и совершая поворот к ответственности за течение жизни.

То, что Взрослый является контролером, не означает, что личность всегда находится в состоянии Я Взрослого. Это означает, что Взрослый допускает адекватное появление всех состояний Я, так как каждое вносит свой вклад в целостность личности. Взрослый "обращен внутрь" и знает, когда потребности могут быть удовлетворены с большим удовольствием и когда их необходимо сдерживать или изменять, чтобы они были уместны в настоящий момент.

Для того, чтобы Взрослый достиг исполнительного контроля, его нужно активизировать и использовать. Каждый имеет эту возможность, хотя некоторым может казаться, что это не так.

Когда Ваше состояние Взрослого включается и направляется во внутрь, оно может помочь Вам установить курс Вашей жизни намного более разумно. Старая польская поговорка советует: "Если нет ветра, гребите".

Конечной целью транзакционного анализа является достижение гармонической, сбалансированной личности через гармонические взаимоотношения между всеми эго-состояниями. Основной задачей при этом является достижение автономного "Взрослого", а затем интеграции с двумя другими эго-состояниями. Из чего следует установление "возможно более открытых и подлинных взаимодействий между эмоциональными и интеллектуальными компонентами личности". Когда это происходит, личность способна использовать как свои эмоции, так и свой интеллект, а не только одно за счет другого.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Берн, Э. Транзактный анализ в психотерапии: Системная, индивидуальная и социальная психиатрия / Пер. с англ. А. Калмыкова, В. Калиненко. – М.: Академический Проект, 2001. – 320 с.
2. Берн, Э. Игры, в которые играют люди: психология человеческих отношений. Люди, которые играют в игры: Что вы говорите после того, как сказали «Здравствуйте»? / Пер. с англ. под ред. Н. Бурьгиной, Р. Кучкаровой. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. – 640 с.
3. Берн, Э. Групповая психотерапия / Пер. с англ. А. Калмыкова, Е. Калмыковой, В. Калиненко. – М.: Академический Проект, 2000. – 464 с.
4. Юров А. Что нужно знать о ТА, чтобы начать работу / www.river.com.ru

УДК 37.015.3

Наумчик С.С.

Научный руководитель: ст. преподаватель Сobotковская О.Н.

ТРАНСАКТНЫЙ АНАЛИЗ Э. БЕРНА

Главная цель этой статьи – научить человека анализировать характер своего общения, научить использовать свои слова, мысли, интонации, выражения применительно к целям коммуникации, помочь человеку в его умении анализировать свои слова и поступки, постоянно осмысливая их истинную суть и их восприятие собеседником. Метод помогает находить скрытый смысл межличностных взаимодействий, распознавать мотивы собственных действий, поступков своих близких и других окружающих людей. Здесь можно найти много полезных советов, которые помогают понять природу человеческого общения.

Наш мир не просто меняется, он меняется принципиально. Мы начинаем жить во время коммуникаций. Основным источником благ более не является земля или капитал, на смену им приходит информация, человека кормят уже не руки, а голова. Дефицит профессиональных коммуникаторов в политике, бизнесе, социальной сфере, образовании, просто в бытовой жизни ощущается все сильнее. Уже недостаточно быть просто обаятельным человеком, чтобы добиться необходимого результата, нужно уметь находить общий язык с собеседником, т.е. человеком коммуницирующим.

Эрик Берн, основатель трансактоного анализа, родился в 1910 г. в Канаде. Пойдя по стопам отца, он стал изучать медицину, в частности психиатрию. В 40-е Э. Берн начал обучаться психоанализу и занялся частной практикой. Во время Второй мировой войны он занимался групповой психотерапией. Несмотря на то, что Э. Берн продолжал свой профессиональный рост и обучение психоанализу, ему было отказано в получении статуса психоаналитика. Возможно, это и подтолкнуло его к созданию нового направления в психотерапии, которое могло применяться для групповой терапии и было лишено таких недостатков классического психоанализа, как пассивность пациента и большая продолжительность лечения. В 1958 г. была опубликована его статья «Трансактный анализ: новый и эффективный метод групповой терапии». Э. Берн развивал свою концепцию, рассматривая все новые аспекты игр и сценариев. Он регулярно проводил семинары, посвященные трансактоному анализу, писал книги, вместе с коллегами основал Международную Ассоциацию Трансактоного Анализа (ИТАА). После смерти Эрика Берна в 1970 г. разработку данного направления психотерапии продолжили его ученики Клод Штайнер, Томас Харрис, Джэки Ли Шифф и другие. Современный трансактоный анализ продолжает развиваться и находит все новые области применения. Это позволяет говорить об актуальности темы данной статьи.

Трансакционный анализ – оригинальное направление как в теоретической психологии, так и в психотерапевтической практике. Развивая идеи психоанализа, Берн сосредоточил внимание на межличностных отношениях, лежащих в основе типов человеческих «трансактоний». Определенное место Берн отводит понятию «игра», используемому для обозначения всех видов лицемерия, неискренности, других негативных приемов, имеющих место в отношениях между людьми.

Прежде всего хотелось отметить что трансактонией называется единица социального общения. Если два или больше человек соберутся вместе, рано или поздно один из них заговорит или каким-то другим образом покажет, что замечает присутствие остальных. Это называется трансактонным стимулом. Другой человек что-нибудь скажет или сде

лает в ответ на стимул, и это называется транзакционной реакцией. Простой транзакционный анализ определяет, какое состояние Я породило транзакционный стимул, а какое – транзакционную реакцию.

Как правило, транзакции следуют друг за другом в определённой последовательности. Эта последовательность не является случайной, а планируется обществом, реальной ситуацией или личностными особенностями.

При использовании транзакционного анализа люди достигают как эмоционального, так и интеллектуального инсайта, но этот метод, скорее, сосредоточен на последнем. Это процесс понимания, скорее аналитического, при котором человек обычно заключает: "Да, именно *так* это и происходит!"

Согласно д-ру Берну, его теория возникла, когда он наблюдал изменения в поведении пациента, происходящие в нем при попадании в центр его внимания новых стимулов, таких, как слова, жест, звук. Эти изменения включали выражения лица, интонации голоса, структуру речи, телодвижения, мимику, позу и манеру держать себя. Это происходило так, словно внутри личности было несколько различных людей. Временами та или другая из этих личностей, по-видимому, управляла всей личностью пациента.

Он заметил, что все эти различные внутренние Я по-разному взаимодействуют с другими людьми, и что эти взаимодействия (транзакции) могут быть проанализированы. Д-р Берн понял, что некоторые транзакции имеют скрытые мотивы и личность использует их как способ манипулирования другими в психологических играх и при вымогательствах.

Он также обнаружил, что люди ведут себя предопределенным образом, поступая так, как будто они читают театральные сценарии. Эти наблюдения привели Берна к развитию его замечательной теории, названной транзакционным анализом, сокращенно ТА.

Первоначально транзакционный анализ развивался как психотерапевтический метод. Транзакционный анализ предпочтительно применяют в группах. Группа служит окружением, в котором люди могут лучше осознать себя, структуру своей личности, то, как они взаимодействуют с другими, игры, в которые они играют, и сценарии, которым они следуют. Такое осознание позволяет более ясно понять себя, с тем чтобы человек смог изменить или усилить в себе то, что он хочет.

Изменение начинается с двухстороннего договора между терапевтом и пациентом. Договор может касаться прояснения таких симптомов, как застенчивость, половая холодность, головные боли. Он может касаться вопросов достижения контроля над поведением в таких случаях, как неумеренное пьянство, непослушание ребенка, слабо успевающего в школе. Он может сосредоточиваться на детских переживаниях, которые скрыты под определенными симптомами и поведением в настоящем, на переживаниях, при которых ребенок был униженным, заброшенным, слишком избалованным, отвергнутым или с ним жестоко обращались. Этот договорный подход сохраняет самостоятельность пациента. Он также позволяет ему узнать, когда условия договора будут выполнены!

Транзакционный анализ эффективно применяется не только в психотерапии, он также представляет метод, вызывающий размышления о возможностях человеческого поведения, который большинство людей может понять и использовать. Этот метод предпочитает использование прямых, простых и даже разговорных слов использованию психологических научных терминов или профессиональному жаргону. Например, основные стороны личности называются в транзакционном анализе состояниями Я – Родитель, Взрослый и Ребенок.

Транзакционный анализ – это рациональный метод понимания поведения, основанный на заключении, что каждый человек может научиться доверять себе, думать за се-

бя, принимать самостоятельные решения и открыто выражать свои чувства. Его принципы могут применяться на работе, дома, в школе, с соседями – везде, где люди имеют дело с людьми.

Берн говорит, что важной целью транзакционного анализа является установление "возможно более открытых и подлинных взаимодействий между эмоциональными и интеллектуальными компонентами личности". Когда это происходит, личность способна использовать как свои эмоции, так и свой интеллект, а не только одно за счет другого.

Как уже было сказано выше, ТА возник в лоне психоанализа и разделяет представление о том, что жизненные неудачи человека связаны с его искаженными представлениями о реальности, причина которых в ранних детских конфликтах. Другими словами, человек неэффективно взаимодействует с реальностью, потому что воспринимает ее через фильтры детских представлений. При этом, психоаналитический подход полагает, что сделать поведение эффективным до разрешения инфантильных конфликтов – невозможно. А на их разрешение основным психоаналитическим методом – систематическим анализом свободных ассоциаций и переноса уходят годы ежедневных психоаналитических встреч. Все это время пациент берет на себя обязательство не предпринимать попыток серьезных изменений поведения за пределами терапевтического кабинета. И, с вышеуказанной точки зрения, это оправданно.

ТА полагает (расходясь в этом с психоанализом), что радикально изменить поведение, сделать его эффективным можно до или даже вне зависимости от разрешения глубинных детских конфликтов. Эта возможность связана с одной особенностью устройства психики. Личность каждого человека состоит не из одной программы адаптации к среде (Я – в рамках которого он что-то может, а чего-то не может), а из нескольких программ (эго-состояний). Причем то, что недоступно для одного Я в человеке, доступно для другого! Таким образом, то что «не получается» по жизни, не получается «не вообще», а из данного, как правило, детского или родительского эго-состояния.

Основная идея ТА состоит в том, что если внутренние конфликты детского эго-состояния искажают реальность и делают поведение неэффективным, теоретически и практически возможно переходить и закреплять самоотжествление во временно не актуализированное, но всегда готовое к действию, эго-состояние взрослого, свободное от этих конфликтов. Оно не может быть неэффективным по отношению к реальности потому, что это состояние, по сути, есть программа по адаптации к среде. Таким образом, основная задача ТА-терапии – перевести Я (самосознание) из детского эго-состояния во взрослое, то есть активизировать, запустить программу Взрослого. Причем из этого эго-состояния человек не только может модернизировать, адаптировать к реальности другие эго-состояния, но и реализовывать все жизненные функции – от любви до работы. Разрешение же конфликтов детского эго-состояния с активизацией Взрослого впервые получает надежную опору и осуществляется Взрослым (если это вообще окажется нужно) после решения основных жизненных проблем.

Психотерапия, разработанная Берном на основе ТА, призвана освободить человека от скриптов, программирующих его жизнь, через их осознание, через противопоставление им непосредственности, спонтанности, близости и искренности в межличностных отношениях, через выработку разумного и независимого поведения. Конечной целью транзакционного анализа является достижение гармонической, сбалансированной личности через гармонические взаимоотношения между всеми эго-состояниями. Основной задачей при этом является достижение автономного "Взрослого", а затем интеграции с двумя другими эго-состояниями. Характерная для ранних этапов развития транзактного

анализа абсолютизации роли Взрослого в интеграции личности в последнее время сменялась признанием необходимого участия в этом процессе Родителя и Ребенка. В связи с этим разработаны специальные методы, направленные на образование "новых" эго-состояний "Родитель" и "Ребенок" в случае, если они нарушены. Для диагностики эго-состояний и их форм в трансактном анализе разработан ряд вербальных методик, определяющих развитость, "энергетическую наполненность" эго-состояний и их форм. Несмотря на свою распространенность, эти методы подвергаются критике как клицинистами, так и теоретиками трансактоного анализа за узкий подход, не учитывающий особенностей отношений между эго-состояниями. Возможность более широкого подхода к диагностике эго-состояния дает разработка проективных, в частности рисуночных методик, а также метод трансактоного реинтерпретации личных опросников (например, опросников Р. Кеттела, ММРІ и др.).

В жизни каждого человека наступает такой момент, когда ему необходимо разобраться в себе. Трансактоный анализ дает ряд рекомендаций, которые человек может понять и использовать в своей жизни. Задача трансактоного анализа прежде всего помочь человеку найти свою жизненное течение и научиться им управлять.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Берн, Э. Групповая психотерапия / Пер. с англ. А. Калмыкова, Е. Калмыковой, В. Калининко. – М.: Академический Проект, 2000. – 464 с.
2. Берн, Э. Игры, в которые играют люди: психология человеческих отношений. Люди, которые играют в игры: Что вы говорите после того, как сказали «Здравствуйте»? / Пер. с англ. под ред. Н. Бурыгиной, Р. Кучаровой. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. – 640 с.
3. Берн, Э. Трансактоный анализ в психотерапии: Системная, индивидуальная и социальная психиатрия / Пер. с англ. А. Калмыкова, В. Калининко. – М.: Академический Проект, 2001. – 320 с.
4. Юров, А. Что нужно знать о ТА, чтобы начать работу / www.river.com.ru

УДК 398.21:372.2

Радковіч Г.

Навуковыя кіраўнікі: выкладчык кафедры беларускай і рускай моў Пікула Л.У., настаўніца Павіцеўскага дзіцячага сада-сярэдняй школы Цецярук Н.В.

МІКРАТАПАНІМІЧНЫЯ НАЗВЫ В. ПАВІЦЦЕ КОБРЫНСКАГА Р-НА

Вывучэннем дадзеных назваў займаецца такая навука, як анаматыка, а ў ёй вялікі раздзел – тапаніміка. Слова гэта грэчаскае, складаецца з 2-х: *топас* – мясцовасць, месца і *аномэ* – імя [1], [2]. Карацей кажучы – імя месца, звязанага з жыццём чалавека; геаграфічная назва.

У працэсе збору матэрыялу перад намі была пастаўлена задача высветліць паходжанне і сістэматызаваць мікратапанімічныя назвы в. Павіцце Кобрынскага р-на.

«Сярод тапанімічных назваў вылучаюць *айконімы* – назвы населеных пунктаў, а таксама *мікратапонімы* – назвы дробных, невялікіх аб'ектаў. Асобна стаяць *гідронімы* – назвы азёр, рэк, сажалак, крыніц; *дрымонімы* – назвы лесу. Большасць тапонімаў – гэта старажытныя словы нашай мовы або суседніх моў. Тапаніміка як навука знаходзіцца на перакрываванні некалькіх галін ведаў: мовазнаўства, геаграфіі, гісторыі. Гісторыя грамадства, якое стварае назву, дае ёй грамадзянскае, сацыяльнае тлумачэнне, аднесенае да перыяду яе ўзнікнення. Вось чаму так важна заглыбіцца ў самыя старажытныя дакументы, кнігі. Нават тыя, што захоўваюцца ў мясцовых архівах, бібліятэках, праліваюць святло для больш дакладнага ўстанавлення вытокаў розных назваў.

Яскравым прыкладам гэтага з'яўляецца тапаніміка вёскі Павіцце Кобрынскага раёна Брэсцкай вобласці.

Вёска Павіцце характарызуецца раўнінным ландшафтам, багаццем лясоў, наяўнасцю балотаў, нізкіх сырых мясцін, невялікіх рачулак. Гэта знайшло шырокае адлюстраванне ў геаграфічнай тэрміналогіі, якая актыўна фарміруе мясцовую мікратапанімію.

Айконім "Павіцце" фарміраваўся на працягу стагоддзяў у самай цеснай сувязі з жыццём і дзейнасцю тых людзей, якія насялялі дадзеныя землі, што і дало аснову назве месца знаходжання вёскі [3].

Павіцце – і. Віць – абазначае "балота або гаць", па – абазначае "разам". А ў сукупнасці – "разам з балотам", ці вёска каля балота. 2. А іншае тлумачэнне наступнае: на адным месцы, каля дарогі, разлівалася вада і клалі "веткі", каб праехаць. "Па вецце" – Павіцце. Айконім створаны па мадэлі "прыназоўнік+назоўнік лексема": па+вецце=павіцце.

У аснову гіронімаў вёскі Павіцце пакладзены шэраг назваў, якія абазначаюць разнавіднасці балот паводле пэўнай характэрнай адзнакі. Найчасцей – гэта лексемы са значэннем "дрыгвяністае балота".

У гэтым сэнсе трапілі ў склад гідраніміі тэрміны: Балота-галя, Вобродэ, Полоса. Балота-галя – балота вялікае па памерах, глыбокае, вязкае (галеча). У складзе гідраніміі выяўлены шэраг назваў, якія абазначаюць паняцце "нізкае забалочанае месца". Гэта "брод". Па мадэлі "прыназоўнік+назоўнік лексема" створаны гідронім Вобродэ=во+бродэ.

Дрымонімаў (мікратапонімы, якія фіксуюць назвы лясоў, хмызнякоў) у дадзенай вёсцы было налічана чатырнаццаць: Барданчкі, Казна, Калюжы, Краснэ, Крывуля, Осэнка, Палыча, Панскае, Рачок, Рудава, Сканалёва хвоінка, Слаўнэ, Стэмолужэ, Трынальскэ.

У шэрагу дрымонімаў назвы ўзніклі па пэўнай прымеце: месцы ўзнікнення, форме, падаваннях і інш.: Калюжы, Крывуля, Палыча, Рачок, Рудава, Слаўнэ.

Па прозвішчы ўласнікі былі названы месцы ў лесе: Барданчкі, Сканалёва хвоінка. Сканалёва хвоінка – лес. Гэты лес названы па колішнім знаходжанні палёў дзёда Сканаля. Утворана па мадэлі "прыналежны прыметнік+назоўнік": Сканалёва хвоінка.

Трынальскэ – тры лясы, дзе расла ляшчына. Створаны па мадэлі "колькасны лічэбнік+прыназоўнік+назоўнік": тры+на+льскэ (ляшчыны).

Осэнка – лес, у якім расло вельмі шмат асін. Дадзены дрымонім матываваны апелятывамі оснік, оснікі, осі, осоўка, якія абазначаюць паняцце "асінавы лес".

Найбольш вылучана мікратапонімаў. Іх колькасць перавышае 64: Бліжнеце, Блыжное, Бурок, Бярызюва, Вірок, Водмоша, Вітчін, Вострове, Вошэва гора, Вуёва, Вярхе, Вярэтэ-нэшча, Гнездэшча, Голоднэця, Гороховшча, Грознэ, Груд, Дідув вострув, Доропіёва, Дужыкова гара, Завуёва, Загора, Заезвінке, Зайчыкова гора, Закорчма, Захода, Клён, Кобелле, Ковалёва грэбля, Колода, Клэты, Карагулька, Козыры, Крыва гара, Курыц, Лазы, Лябляшыв, Маковішча, Містэчко, Новікова гора, Нывке, Омялэнка, Папароты, Перахід, Пішчылка, Погарішча, Подгадка, Подмосток, Подыванне, Пячшча, Сальбішча, Смільница, Становешча, Старэнка, Ступечэво, Сылэцэ, Сяло, Траве, Тялітуб, Чартыш, Чорновеця, Чорны вострув, Чэрыш, Ходырок, Язвіна, Ямішча.

Бярызюва – востраў, на якім раслі бярозы. Створаны на аснове назваў дрэў, якія раслі на дадзеным месцы. Па мадэлі "корань назоўніка+суфікс": бярыз+ов+я=Бярызюва.

Водмоша – поле, на якім было шмат вады і шмат імху. Назва пайшла ад характару раслін, якія раслі на дадзеным месцы. Па мадэлі "прыстаўка+корань назоўніка": вод+мош+а=Водмоша.

Погляд палешука спыняўся не толькі на ўзвышшах, але і проста на сухіх мясцінах сярод балоцістых масіваў. Адною з распаўсюджаных назваў такіх мясцін з'яўляецца востраў. Вострове – зямля, якая знаходзіцца сярод вязкага балота.

Старэнка – мясцовасць. Называлі так, таму што гэта самая старая вуліца. Лексема старэ-нешта – вельмі старое. Дадзены мікратапонім створаны па мадэлі "корань лексемы+суфікс": стар+энк = Старэнка.

Ступечэво – 1. Урочышча, на якім расла лекавая расліна – ступка. 2. Урочышча, хутар, куды перш за ўсё ступіла нага чалавека. Лексема ступіць – першым знайсці, адкрыць нешта, ці ступка –лекавая расліна. Дадзены мікратапонім створаны па мадэлі "корань лексемы+суфікс": ступ+чэв=Ступечэво.

Мясцовая геаграфічная тэрміналогія – адзін з важнейшых лексічных элементаў, на базе якіх фарміруецца мікратапанімія вёскі. Асабліва часта ў якасці матывавальных асноў выступаюць назвы аб'ектаў воднага і нізіннага рэльефу. Сярод іх прыкметна дамінуюць назвы ўрочышчаў. Самае агульнае значэнне перадаецца тэрмінам урочышча, які пашыраны на ўсёй даследуемай тэрыторыі. Астатнія абазначаюць нізінныя месцы рэльефу: негатыўнай адзнакі (Балота – галля, Вобродэ і інш.), разнавіднасці расліннага покрыва (Краснэ, Осэнка і інш.). Мікратапонімы, матываваныя гэтымі лексемамі, пераважна замацаваны за ляснымі ўрочышчамі і сенажацямі. Балотная наменклатура найбольш яскрава адлюстравалася ў мікратапаніміі паўночнай, найбольш забалочанай часткі вёскі Павіцце.

Побач з тэрміналогіяй нізіннага рэльефу ў мікратапаніміі Павіцця шырока адлюстраваліся гідронімы (вірок, брод і інш.). Мікратапонімы, утвораныя на іх базе, называюць сенажці, размешчаныя ўздоўж рачулак і невялікіх канальцаў, каля прыродных паглыбленняў, напоўненых вадой.

Мікратапанімія Павіцця змяшчае шэраг назваў: узвышша, гара, груд, грэбля і інш. Мясцовыя жыхары шырока выкарыстоўвалі ўзвышаныя ўчасткі для земляробства, у выніку чаго ў працэсе земляробчай практыкі многія тэрміны набылі ўласнае значэнне. У прывастансці, груд → Груд, грэбля→ Грэбля. Прычына такіх семантычных пераасэнсаваных бачыцца ў блізкасці рэалій, якія абазначаюцца тапаграфічнай і земляробчай тэрміналогіяй. Звычайна назвы з гэтымі асновамі замацаваны за палявымі ўчасткамі, зрэдку – за сенажацямі, што ўзніклі на месцы былога лесу ці хмызняку.

Характэрнай адзнакай даследуемай зоны з'яўляецца шырокае выкарыстанне ў якасці ўтваральных асноў мікратапанімаў назваў мясцовай флоры. Для старажытнага чалавека на самым раннім этапе яго жыцця лес меў першаступеннае гаспадарчае значэнне. Ён не толькі карміў чалавека сваімі дарамі, але і распрацоўваўся пад раллю і сенажаць. Відаць, для зямельных участкаў лепшымі папярэднікамі былі бярознікі, алешнікі. Мікратапонімы, матываваныя назвамі іншых лясных масіваў і хмызнякоў, амаль без выключэння называюць сенажацямі.

Многія геаграфічныя тэрміны зафіксаваны толькі ў складзе мікратапанімаў, напрыклад, назвы старых вуліц, урочышчаў: Старэнка і інш. Разам з тым усе яны засведчаны ў якасці апелятываў на сумежнай тэрыторыі. Гэта дае падставу лічыць, што названыя тэрміны былі характэрны і для нашай мясцовасці, але з цягам часу іх выцеснілі з ўжытку новыя тэрміны.

Пераважная большасць геаграфічных тэрмінаў, што ўвайшлі ў склад мікратапаніміі вёскі Павіцце, маюць агульнабеларускае пашырэнне. Рэгіянальныя тэрміны складаюць адносна невялікі працэнт, але ў асноўным – гэта спецыфічныя, ужуваемыя выключна ў вёсцы Павіцце, тыпу Чартыш, Тялідуб, Стэмаложэ і іншыя.

Паходжанне большасці назваў рэк і азёр, урочышчаў, лясоў, палёў і інш. звязана з іх прыроднымі асаблівасцямі, велічыняй і формай, назвамі жывёл і раслін.

СПІС ЦІТАВАНЫХ КРЫНІЦ

1. Булыка, А.М. З моў блізкіх і далёкіх / А.М. Булыка. – Мінск: Асвета, 1986. – 242 с.
2. Красней, В.П. Грані слова / В.П.Красней. – Мінск: Асвета, 1992. – 186 с.
3. Памяць Кобрынскі раён. – Мн.: Белта, 2002. – 570 с.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ УРОВНЯ ОБРАЗОВАНИЯ БЕЛАРУСИ И ГЕРМАНИИ

Интерес к проблемам и перспективам развития образования продолжает возрастать, так как любая стратегия развития страны включает в себя совершенствование системы образования. Зачастую все реформы в этой сфере требуют значительного финансирования. Более развитые в экономическом плане страны вкладывают больше средств в сферу образования, чем менее развитые, но сумма финансирования не является показательной в данном случае, гораздо важнее результат.

Для рассмотрения различных аспектов развития систем высшего образования важно учитывать три основных критерия:

1. Уровень охвата населения высшим образованием.
2. Индекс образования, характеризующий образовательный потенциал населения страны.
3. Количество студентов высших учебных заведений, характеризующее масштаб развития высшего образования в стране.

Уровень охвата населения высшим образованием необходимо оценивать с учетом двух показателей:

- доля лиц с высшим образованием во взрослом населении (25-64),
- доля студентов высших учебных заведений в населении страны.

Первый из этих показателей относительно статичен (характеризует результаты многолетнего функционирования образовательной системы), второй позволяет оценить динамику развития образовательной системы и перспективы изменений в уровне образования населения [1].

Следующий критерий *Education Index* – Индекс уровня образования в странах мира, комбинированный показатель Программы развития Организации Объединенных Наций (ПРООН), рассчитываемый как индекс грамотности взрослого населения и индекс совокупной доли учащихся, получающих образование. Один из ключевых показателей социального развития. Используется для расчета Индекса развития человеческого потенциала (*Human Development Index*) в рамках специальной серии докладов ООН о развитии человека.

Индекс измеряет достижения страны с точки зрения уровня образования ее населения по двум основным показателям:

- Индекс грамотности взрослого населения (2/3 веса).
- Индекс совокупной доли учащихся, получающих начальное, среднее и высшее образования (1/3 веса).

Эти два измерения уровня образования сводятся в итоговом Индексе, который стандартизируется в виде числовых значений от 0 (минимальное) до 1 (максимальное). Принято считать, что развитые страны должны обладать минимальным показателем 0,8, хотя в подавляющем большинстве они имеют показатель 0,9 или выше. При определении места в мировом рейтинге все страны ранжируются на основе Индекса уровня образования и первое место в рейтинге соответствует наивысшему значению этого показателя, а последнее – низшему.

Таблица 1 – Индекс уровня образования стран мира*

Страна	Беларусь	Германия
Индекс	0,961	0,954

*использованы данные «Рейтинговой таблицы: Индекс уровня образования стран мира», подготовленной в рамках программы развития ООН. Текущие данные приводятся по состоянию на 2007 г. (опубликованы в 2009 г.).

Данные международной образовательной статистики предоставляют возможность увидеть реальную картину состояния образования в большинстве стран мира. Сопоставительный анализ систем образования различных стран на основе этих данных позволяет оценить положительные и отрицательные моменты развития национальных образовательных систем и определить тенденции развития образования.

Для выявления взаимосвязи рассматриваемых критериев с уровнем экономического развития страны в таблице приводятся также значения валового внутреннего продукта (ВВП) на душу населения по паритету покупательной способности.

Таблица 2 – Охват населения законченным высшим образованием, индекс образования и величина ВВП на душу населения

Группы стран по охвату высшим образованием	Страна	Доля лиц с высшим образованием в численности населения в возрасте 25-64 года		Индекс образования x100 2007 г.	ВВП на душу населения \$
		2008	2009		
доля взрослого населения с высшим образованием составляет не менее 15%	Беларусь*	27,4	29,2	96	4810
	Германия**	18,4	19	95	29210

*использованы данные таблицы основных социально-экономических показателей за 2000-2009 годы, материалы переписи населения Республики Беларусь 2009 г. «Население по уровню образования».

** использованы данные исследования показателей уровня образования населения в странах мира: анализ данных международной статистики; «Социология образования».

Чтобы оценить динамику изменения доли лиц с высшим образованием в возрасте 25-64 лет построим диаграмму сопоставления показателей 2008 и 2009 года (в процентах):

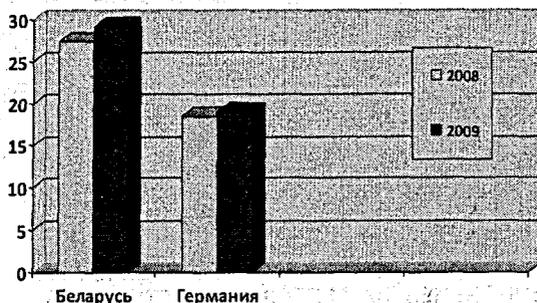


Рисунок 1 – Доля лиц с высшим образованием в численности населения в возрасте 25-64 года

Как видно из диаграммы, Беларусь опережает Германию по доле лиц с высшим образованием, а так же по приросту населения с высшим образованием, несмотря на огромную разницу в сумме ВВП на душу населения.

В качестве дополнительных критериев анализа используем:

- количество студентов высших учебных заведений;
- доля студентов высших учебных заведений в населении страны.

Таблица 3 – Количество студентов высших учебных заведений

Страна	Количество студентов, млн. чел.	Население страны, млн. чел.	Доля студентов вузов в населении страны, %
Беларусь*	0,43	9,5	4,5
Германия**	1,9	82	2,3

*использованы материалы переписи населения РБ 2009 г. «Население по уровню образования».

** использованы данные исследования показателей уровня образования населения в странах мира: анализ данных международной статистики; «Социология образования».

Построим диаграмму, отражающую долю студентов вузов в населении страны:

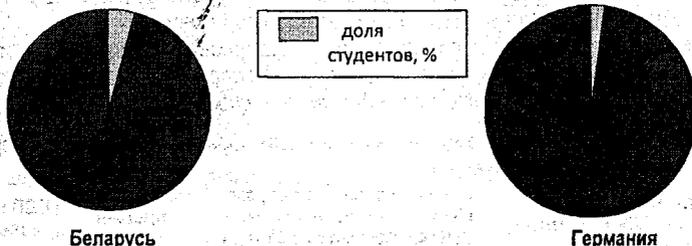


Рисунок 2 – Доля студентов высших учебных заведений в численности населения страны

Из диаграммы видно, что доля студентов высших учебных заведений в численности населения страны в Беларуси значительно выше, чем в Германии, хотя количество студентов в Германии в два раза превышает количество студентов в РБ.

Исходя из проведенных выше расчетов видно значительное преимущество Беларуси по уровню образования в стране, несмотря на экономическое превосходство Германии. Но данные по уровню образования не могут отразить его эффективность. В итоге мы получаем еще одну проблему системы высшего образования Беларуси: «увеличение количества – снижает качество». Очень важно решить эту проблему за счет увеличения качества образования, при этом сохранить количество студентов вузов.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Система высшего образования в Республике Беларусь: специфика, проблемы, перспективы / О.В. Петровская, 2009. – С. 65.
2. Социология образования / О.М. Карпенко, М.Д. Бершадская, Ю.А. Вознесенская. – 2008. – №6. – С. 4-20.

УДК 378.046(4/9)

Савчук В.А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Обуховская О.А.

РОЛЬ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ. МНЕНИЕ НЕМЕЦКИХ И БЕЛОРУССКИХ СТУДЕНТОВ

Сравнение социологических данных, полученных от белорусских и немецких студентов, позволяет оценить тенденции ориентации студенчества на ценности высшего образования.

Данные опроса студентов двух стран, проведенного в 2011 г., представлены в индексах. Индексная оценка является средневзвешенным показателем, который позволяет учесть мнение студентов относительно любого явления: выраженного по шкале от большего значения к меньшему значению, от главного к неглавному и наоборот. Индекс

изменяется от 0 до 1. Чем больше значение индекса, тем больше значимость явления. При анализе возможностей высшего образования шкала оценок включала индикаторы: "имеет важное значение", "имеет не очень важное значение", "не имеет значения".

Студентам было предложено оценить возможности высшего образования:

- в получении профессии;
- в интеллектуальном развитии личности;
- в изменении социального положения.

Таблица 1 – Представления молодых людей о том, какие возможности открывает высшее образование в получении профессии

Наименование показателя	Беларусь	Германия
соответствие профессии призванию молодого человека	0,61	0,82
возможность интеллектуального труда	0,73	0,74
получение знаний для эффективной работы в будущем	0,82	0,78
возможность заниматься управленческими видами труда	0,86	0,76

Таблица 2 – Влияние высшего образования на интеллектуальное развитие личности

Наименование показателя	Беларусь	Германия
формирование научной картины мира	0,72	0,78
реализация творческого потенциала молодого человека	0,78	0,81
развитие навыков анализа общественной жизни	0,69	0,70
усвоение духовной культуры	0,77	0,65
возможность работы в сфере науки	0,57	0,66

Таблица 3 – Значение высшего образования в изменении социального положения

Наименование показателя	Беларусь	Германия
повышение социального статуса	0,76	0,82
достижение материального благополучия	0,82	0,65

Анализируя полученные данные можно сделать вывод, что студенты белорусских вузов видят в получении высшего образования возможность трудоустройства, достижение материального благополучия, возможность заниматься управленческой деятельностью, а также получение всестороннего интеллектуального развития. Для студентов немецких вузов, высшее образование – это формирование научной картины мира, возможность повышения социального статуса и реализация творческого потенциала.

Исходя из экономического положения страны, можно судить о материальном состоянии студентов. Очевидно, что большинство студентов Германии можно отнести к «хорошо обеспеченным студентам», в то время как большинство белорусских студентов относятся к группе, которой "приходится во многом себя ограничивать". Учитывая материальное положение студентов двух стран, можно составить таблицу распределения приоритетов жизненных ценностей.

Таблица 4 – Распределение приоритетов жизненных ценностей в зависимости от уровня материального положения студентов

Наименование показателя	Беларусь	Германия
Служить идеалам добра, красоты и справедливости	0,43	0,38
Быть независимым, материально обеспеченным человеком	0,94	0,88
Получить от жизни как можно больше удовольствий	0,56	0,89
Получить хорошее образование, стать высококвалифицированным специалистом	0,89	0,67
Создать хорошую семью и вырастить детей здоровыми и счастливыми	0,88	0,65
Иметь комфорт, бытовую устроенность	0,88	0,66
Иметь возможность для творчества, выражения собственного "я"	0,75	0,88

...Очевидно, что при низкой материальной обеспеченности белорусских студентов происходит выдвигание ее в качестве главной жизненной ценности на первый план. Происходит также рост гедонистических устремлений, требований к комфорту, бытовой устроенности. Наряду с этим, у более материально обеспеченных студентов Германии падает ценность семьи, хорошего образования, при этом повышается желание получения как можно больше удовольствий, а так же ценность творчества, самовыражения.

Также необходимо оценить мотивы выбора студентами специальности и высшего учебного заведения, так как они являются важнейшими составляющими их ценностной ориентации. Выбор специальности и степень удовлетворенности ею определяют уровень и качество познавательной деятельности молодых людей, то есть показатели успеваемости и научно-исследовательской работы, развитие профессиональных навыков и умений, расширение кругозора и формирование духовной культуры, а также дальнейшее трудоустройство по профессии и качество последующей работы.

Белорусские студенты выбирают будущую профессию исходя из:

- чувство призвания к специальности (30 %);
- низкий конкурс при поступлении в вуз по данной специальности (37 %);
- главным мотивом была семейная традиция (5 %);
- желание сделать карьеру, подняться по ступеням служебного роста (20%);
- престиж данной специальности (8%).

Немецкие студенты при выборе специальности учитывают:

- чувство призвания к специальности (47%);
- низкий конкурс при поступлении в вуз по данной специальности (8 %);
- главным мотивом была семейная традиция (10 %);
- желание сделать карьеру, подняться по ступеням служебного роста (15%);
- престиж (20%).

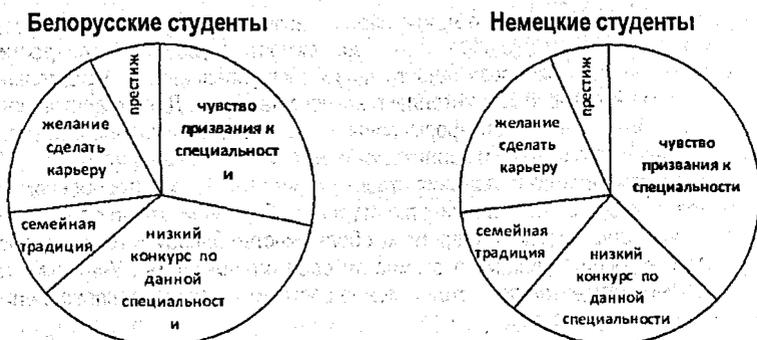


Рисунок 1 – Мотивы выбора специальности белорусскими и немецкими студентами

Как видно из представленных выше диаграмм, белорусские студенты при поступлении в вуз, прежде всего, учитывают значение конкурса по данной специальности, а уже потом чувство призвания к специальности. Студенты Германии в большинстве случаев ориентируются на чувство призвания, а так же учитывают престиж данной специальности.

Проведенный анализ выявил зависимость взглядов молодых людей от материально-го состояния. Для немецких студентов на первом месте стоит возможность самореализации, выражение собственного «я». Будущую профессию они выбирают исходя из чув-

ства призвания, своих интересов, возможности реализации творческого потенциала. Это все положительно влияет на качество работы по профессии после получения высшего образования. Белорусские студенты стремятся добиться высокого материального состояния, получить комфорт и бытовую уверенность, при этом специальность выбирают по низкому конкурсу, что впоследствии приводит к отказу от профессии или к неэффективной работе после получения образования.

Проведенное исследование позволило установить новые тенденции в структуре потребностей белорусского студенчества: в качестве важнейших приоритетов для них выступают потребности в самореализации, в хороших материальных условиях жизни, содержательном общении, познавательная потребность, потребность в социальном признании, нравственная потребность.

Воспитание молодежи должно быть направлено на становление гуманной личности с присущим для неё сочетанием выраженной индивидуальности с коллективистской направленностью, характеризующейся осознанием своего гражданского долга, трудолюбием, ответственностью, профессиональной и гуманитарной культурой, а также культурой взаимодействия с окружающими людьми.

**Все данные получены по результатам проведенных опросов и тестов.*

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Шумская, Л.И. Современное студенчество: возрастные и социально-психологические особенности / Л.И. Шумская // Психология. – 2000. – № 3. – С. 3–11.

УДК 004.738.5(476)

Сотник А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Почко Е.О.

ИНТЕРНЕТ-ПРОВАЙДИНГ В БЕЛАРУСИ

Сегодня, наверно, уже никому не приходится объяснять, что такое Интернет и зачем он нужен. Кто-то использует его для работы, кто-то для учебы, кто-то для развлечений. А кто-то его продает.

Интернет-провайдинг везде был привлекательным для предпринимателей, и Беларусь не стала исключением. За 15 лет истории Интернета в Беларуси провайдеры страны имеют достаточно большие абонентские базы и предлагают различные возможности доступа в Сеть. Внешний интернет-шлюз Беларуси 29 марта 2011 г. был расширен до 110 Гбит/с [1]. Для сравнения, в 1996 г. он был всего 256 Кбит/с. Если проследить динамику изменения числа пользователей Интернета в Беларуси, то становится очевидным, что их количество постоянно растет.

По состоянию на 9 февраля 2011 г. пользователями Интернета в Беларуси было около 47% населения страны. В 2010 г. этот показатель составлял 46,2%. Для сравнения, Россия – 42,8%, КНР – 22,8%, Украина – 33,7% а в целом на Земле в 2009 г. Интернетом пользовались 23,6% населения [2].

Согласно действующему законодательству, право на пропуск международного интернет-трафика имеют Белтелеком (БТК) и Национальный центр обмена трафиком (НЦОТ). К конечному потребителю на данный момент Интернет попадает через сеть частных провайдеров, которое приобретают его у Белтелекома, либо у Деловой сети (интернет-оператор, имеющий лицензию на предоставление Интернета поставщикам интернет-

услуг), которая, в свою очередь, покупает его у Белтелекома по льготным тарифам. Недавно созданный НЦОТ еще не разработал тарифы для провайдеров, поэтому монополия Белтелекома на белорусском рынке продолжается. При этом Белтелеком также предоставляет услуги по доступу в Интернет населению, выступая равным конкурентом частным провайдерам.

Стоит отметить один немаловажный момент: провайдером интернет-канал достается намного дороже, чем абонентам Белтелекома (торговая марка VyFly). Так, 3 Мбит/с без ограничения трафика обойдутся провайдеру в 692 100 белорусских руб. в месяц, а пользователю VyFly – 54 000 белорусских руб. (последнее снижение цен для интернет-операторов состоялось 18.04.2011) [3]. В таких условиях компании-посредники часто не в состоянии предоставить цены, способные конкурировать с ценами национального оператора. В 2009 году в Интернет попали подробности договора БТК со своим российским партнером «Ростелекомом». Выяснилось, что Белтелеком имеет возможность подключиться «к цивилизации» всего за 18,5\$. Что касается западного направления, то упоминалась цифра 20\$ за Мбит/с, при том, что в 2009 г. провайдерам такой же канал продавался по цене 1020\$ (БТК до недавнего времени выставлял счета операторам в долларах США) [4].

Но даже такая относительно низкая цена для абонентов не выглядит привлекательной в сравнении с ценами стран-соседей, не говоря уже о европейских странах. Так, 5/0,5 Мбит/с в месяц обойдутся в Польше в 55 злотых (58 360 белорусских руб.; провайдер – ирс) [5], в Москве канал с пропускной способностью до 5 Мбит/с стоит 450 российских руб. (48 000 белорусских руб.; провайдер – КорбинаТелеком) [6], а в Беларуси 6 Мбит/с обойдутся частному пользователю в 150 000 белорусских руб. [7]. Хотя сейчас российские аналитики говорят о том, что интернет-провайдинг в Москве уже не рентабелен.

Таким образом, получается, что Интернет попадает к белорусским пользователям либо напрямую от БТК, либо через какой-то частный провайдер, который, в свою очередь, берет его у БТК. При этом интернет получается недешевым для потребителей, с учетом того, что его качество в большинстве случаев оставляет желать лучшего, поскольку оптоволокну, обеспечивающее высокую скорость, лежит далеко не везде, а по телефонным проводам у нас проходит в лучшем случае 6-8 Мбит/с.

Сейчас на рынке действует более полусотни провайдеров. Они появились в отрасли в большинстве своем около 7-10 лет назад. Тогда эта отрасль выглядела привлекательной и перспективной, но дальнейшее её развитие показало множество трудностей (политика государства, дорогостоящее оборудование, отношение населения). Законодательство в этой сфере не изменялось на протяжении нескольких лет, но в 2010 году Указом Президента № 60 «О мерах по совершенствованию использования национального сегмента сети Интернет» в него были внесены значительные изменения [8].

Указ Президента № 60 коснулся многих сторон деятельности белорусского интернета, поэтому стоит остановиться на нем подробнее:

1. Все государственные органы и организации должны иметь свой сайт. Идея очень хорошая и актуальная, вопрос лишь в том, на каком уровне это будет реализовано: информация должна быть актуальной и должна работать обратная связь.
2. Сайты всех предприятий, действующих на территории РБ, должны быть зарегистрированы в Белорусской государственной инспекции по электросвязи и размещены на белорусских хостинг-площадках. В связи с этим проблемой возникают у международных компаний, имеющих представительства в Беларуси, например, сайт белорусского представительства Coca Cola, который подключен к корпоративному сер-

веру, находящемуся не в РБ. По закону, им теперь надо будет создать «дочерний» сайт, доступный только для белорусов, а из-за этого могут потеряться многие возможности, реализованные на официальном сайте. Также много мороки этот пункт доставил организациям, предоставляющим услуги хостинга, так как они готовили на каждый ресурс-клиент необходимые для регистрации документы. А все организации, сайты которых находились за границей из-за разницы в ценах на хостинг (не в пользу Беларуси), теперь в спешном порядке перевозят их в Беларусь.

3. Все владельцы оптоволоконных каналов связи были обязаны предоставить сведения о них в Министерство связи и информатизации до 1 июля 2010 г. Впоследствии при создании Единой республиканской сети передачи данных они по желанию могут быть присоединены к ней и переданы на баланс НЦОТа.
4. Должна проводиться повсеместная идентификация пользователей интернет-услуг. Вплоть до того, что пользоваться интернетом в пунктах коллективного пользования интернет-услуг разрешается только после предъявления документов, удостоверяющих личность.
5. Пользователи Интернета отныне должны нести ответственность за материалы, которые они разместили в сети. Особенно это касается материалов, на которые распространяется авторское право, и перепечатывания материалов с сайтов новостных агентств.
6. Контролирующие государственные органы имеют право потребовать о прекращении предоставления интернет-услуг организациям, в деятельности которых были обнаружены нарушения.
7. Предусматривается создание оперативно-аналитического центра при Президенте Республики Беларусь, который контролирует деятельность поставщиков интернет-услуг, контролирует право на пропуск международного трафика, определяет порядок регистрации интернет-ресурсов.

Самым интересным и волнующим для пользователей сети интернет стал пункт 8 вышеупомянутого указа. Он говорит, о том, что поставщики интернет-услуг должны по требованию пользователя ограничить доступ к некоторым ресурсам. При этом доступ к определенным сайтам должен быть всегда ограничен для государственных органов и организаций, организаций образования, культуры.

Ничего страшного в этом нет, интернет-цензура действует во многих странах мира. Но тут возникают определенные трудности для интернет-провайдеров. Ограничивать доступ к сети по закону можно только с помощью определенного властями дорогостоящего оборудования, которое должно было быть установлено к сентябрю 2010 г. (указ вступил в силу 1 июля 2010 г.).

Возникает вопрос, почему БТК не может поставить фильтр на всю республику и таким образом ограничить доступ к запрещенным ресурсам и почему пользователи сами не могут ограничивать свой интернет, ведь это реально.

Широкую общественность задело то, что теперь в Белорусской государственной инспекции по электросвязи будет постепенно формироваться список ресурсов, запрещенных для посещения в Беларуси. И хотя формально это ограничение не должно применяться к домашним пользователям, такая возможность не исключена с учетом того, что весь белорусский трафик сейчас проходит через БТК.

Также Указ №60 и Постановления, уточняющие некоторые пункты указа, касаются монополизации Белтелекома. Согласно изменениям в законодательстве, при Оперативно-аналитическом центре должно было создано РУП «Национальный центр обмена трафиком», который уже при создании был наделен правом пропуска международного

интернет-трафика. Напомним, что до этого таким правом монополично владел БТК. Таким образом, можно считать создание НЦОТа первым серьезным шагом на пути демополизации белорусского рынка связи. Хочется верить, что цены НЦОТа для поставщиков интернет-услуг будут более адекватными, что создаст на рынке реальную конкуренцию.

Вторым демополилизационным шагом стало объявление конкурса на право пропускa международного трафика. В нем могли принять участие любые желающие предприятия. Формула выбора победителя выглядит как сумма выполненных условий, где наибольший вес имеет "добровольный взнос" в бюджет за право на внешний канал – 50 млн евро. В качестве преимуществ рассматривается объем и сроки привлечения инвестиций под проект, наличие в штате не менее 90% сотрудников – граждан Беларуси, использование оборудования и материалов, произведенных в Беларуси, а также привлечение в качестве подрядчиков белорусских компаний [9].

Естественно то, что белорусские предприятия, которые были бы заинтересованы в таком праве, не в состоянии потянуть такие условия. В итоге конкурс был объявлен несостоявшимся, поскольку к моменту принятия решения о результатах в ОАЦ не было подано ни одной заявки.

Помимо широкополосного доступа в Сеть по проводам, активно развиваются технологии беспроводного доступа: Wi-Fi, Wi-Max, Мобильный Интернет.

Доступ в интернет по технологии Wi-Fi предоставляется РУП «Белтелеком», ООО «Мобильные ТелеСистемы», ИП «Велком» (в сотрудничестве с РУП «Белтелеком») и компанией-оператором кабельных сетей в Минске – УП «МТИС» (Унитарное предприятие «Минские телевизионные информационные сети»).

Услугу беспроводного доступа в Интернет по спутниковому каналу оказывает минская компания «Соло».

Мобильный доступ к Интернету в Беларуси возможен по 2G и 3G у 4 операторов сотовой связи.

Сети Wi-Max в Беларуси развивает Белтелеком и гродненский провайдер Yota Бел. Это розничный проект в Беларуси российской компании Yota, являющейся дочерней структурой российской компании Скартел. Компания готовилась произвести запуск сети во втором квартале 2010 года (начиная с Гродно) и предоставлять услуги половине населения страны к 2012 году; на текущий момент эти планы не осуществлены, а старт сети Yota отложен. Есть информация, что Yota Бел уже обладает интернет-каналом, предоставленным белорусским интернет-провайдером Деловая сеть.

Таким образом, можно выделить следующие тенденции в развитии Белорусского Интернета:

- Снижение цены – увеличение скорости
- Постоянный рост числа пользователей
- Демополизация БТК
- Развитие беспроводных технологий
- Ответственность пользователей за свои действия в Интернете
- Усиление интернет-цензуры

Как и везде, Интернет в нашей стране развивается, он просто не может остановиться. Интернет-провайдинг, который со стороны может показаться достаточно привлекательным, к сожалению, скрывает множество подводных камней. Хочется верить, что реформирование белорусского Интернета не останется незавершенным и будут созданы условия, которые позволят фирмам с удовольствием предоставлять населению доступ в Сеть.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. На 25% снижается стоимость услуг передачи данных для интернет-операторов // Белтелеком [Электрон. ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://www.beltelecom.by/news/40989/>. – Дата доступа: 25.04.2011.
2. Internet users | Data | Table // The World Bank [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа: <http://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER>. – Дата доступа: 25.04.2011.
3. Доступ к сети Интернет с гарантированной полосой пропускания // Белтелеком [Электрон. ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://www.beltelecom.by/services/internet/garant/>. – Дата доступа: 25.04.2011.
4. «Белтелеком» покупает 1 мбит/сек за 18,5 долларов // Новости белорусского Интернета [Электрон. ресурс]. – 2009. – Режим доступа: <http://www.electrone.com/story/2429>. – Дата доступа: 25.04.2011.
5. Internet | UPC Polska // UPC Polska – Telewizja, Internet, Telefon [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://www.upc.pl/>. – Дата доступа: 25.04.2011.
6. Тарифы. Москва и область Домашний интернет // Билайн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://internet.beeline.ru/provod/msk/tarif/index.wbp>. – Дата доступа: 25.04.2011.
7. Тарифы для работы и отдыха // Высокоскоростной интернет VyFly [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://www.vyfly.by/client/tariffsrelax/>. – Дата доступа: 24.04.2011.
8. О мерах по совершенствованию использования национального сегмента сети Интернет // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/webnpa/text.asp?RN=P31000060>. – Дата доступа: 24.04.2011.
9. Конкурс Минсвязи – профанация? // Новости белорусского Интернета [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа: <http://www.electrone.com/story/8718>. – Дата доступа: 24.04.10

УДК 726.033.11/5(476.6)

Сотник А.С.

Научный руководитель: ст. преподаватель Грибова С.В.

КАТОЛИЧЕСКИЕ КУЛЬТОВЫЕ СООРУЖЕНИЯ СТАРОГО БРЕСТА

История города Бреста в средние века была интересной и насыщенной. Богатой была и духовная жизнь города. В разное время Брест находился в составе различных государств, и их политика во многом повлияла на распространение того или иного религиозного направления. Культурные сооружения некоторых из них были широко представлены на территории города. Данная статья посвящена крупным католическим комплексам, принадлежавшим различным орденам: августинцам, иезуитам, доминиканцам, бернардинцам, бригиткам.

Одним из самых старых костелов на территории старого города был *костел Святой*

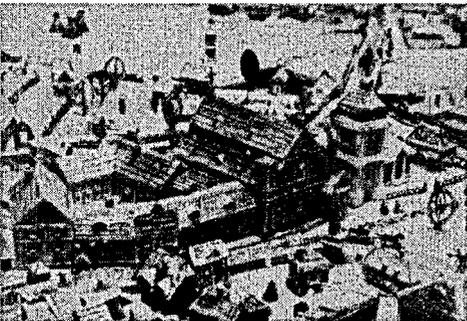


Фото 1 – Иезуитский комплекс

Троицы, основанный Великим князем Витовтом в честь одержанной победы над Тевтонскими рыцарями в 1411 г. Рядом с ним располагался монастырь августинцев. Сооружения находились на месте нынешнего гарнизонного Свято-Николаевского храма [1].

Августинский орден (августинцы) – наименование членов нескольких монашеских орденов католической церкви, руководствующихся «Уставом святого Августина», который был написан через много веков после смерти Авгу-

стина (430 г.) и использовался духовенством, желавшим жить по нормам, близким к монашеским.

Костел августинцев некоторое время служил царской резиденцией (Николай I приез-

жал в крепость 7 раз), а в 1856 г. на его месте построили гарнизонную церковь.

В XVII - XVIII вв. важной частью Бреста был возведенный орденом иезуитов архитектурный комплекс, красоту которого мы можем визуальнo оценить по чертежам, поднятым московской исследовательницей Еленой Квитницкой, и творчеству Анастасии Фетисовой [2].

Католический монашеский орден иезуитов был основан в первой половине XVI ст. испанцем Игнатием Лойолой для борьбы с протестантизмом. В Бресте он появился почти век спустя. С благословения Папы Римского был заключен тайный союз между орденом и королем Речи Посполитой (он был обеспокоен идеями Реформации, пустившими корни в Великом княжестве Литовском), который давал иезуитам большую свободу действий. Первые представители ордена поселились в Бресте при приходском костеле в 1616 г., а вскоре приобрели возле рынка дом-каменицу, на месте которого наметили возвести невиданной красоты храм. Город украсился костелом с отделанным ризалитом входом, вызолоченными резными алтарями и полами шведского мрамора.

Иезуиты, в отличие от многих других орденов, не строили монастырей за высокими стенами, отгораживающими от внешнего мира. Основанным на строгости и аскетизме канонам католического зодчества архитекторы ордена нередко противопоставляли буйство красок и шедевральность отделки. В миссионерской деятельности они не признавали топорности, являлись прекрасными дипломатами, проявляя неподдельный интерес и обволакивая человека своим вниманием.

Иезуиты активно входили во все сферы жизни (хозяйственную, политическую, идеологическую, культурную), вербуя все новых сторонников порой незаметно для них самих. Человек видел прекрасно образованных, обходительных, доброжелательных собеседников, к тому же без монашеской рясы. Почти сразу иезуиты получили добрую славу своей просветительской деятельностью, строя коллегииумы для обучения сыновей местной шляхты, горожан и даже православного духовенства. Открытые ими во всех крупных городах Великого княжества Литовского общеобразовательные школы были бесплатными и доступными для разных социальных групп.

Двухэтажное каменное здание коллегиума было пристроено к костелу позже. Фасадная часть тянулась в одну линию с храмом, повторяя в плане поворот улицы Ковальской. Помимо классов, келий для проживания, комнат ректора и профессоров здесь располагались театральный зал, студенческий ораторий, общедоступная аптека, а в глубине за фасадом – несколько садов (один из них – аптечный, где выращивались лекарственные растения), цветники, колодец, увенчанный беседкой с большой статуей святого Ксаверия, и целый ряд хозяйственных помещений: пивоварня, амбар, конюшня. Дворовую и уличную части коллегиума соединял богато декорированный двухэтажный коридор, идущий вдоль боковой части костела. Первый в Бресте театр, основанный иезуитами, был доступен для городских жителей.

Малосимпатичной особенностью ордена был шпионаж, узаконенная слежка учениками и взрослыми иезуитами друг за другом. Приветствовалось и доносительство.

Система иезуитского воспитания имела большую действенность. Давая качественное образование, иезуиты попутно превращали детей православных и протестантов в искренних католиков. Так, четыре сына Николая Радзивилла Черного, известного проводника Реформации, под влиянием иезуитского обучения приняли католичество. Один из них потратил 5 тысяч червонцев на то, чтобы разыскать экземпляры изданной отцом Брестской библии и передать огню. Сейчас в мире осталось 7 экземпляров библии Радзивила, они хранятся в разных музеях и частных коллекциях.

Фрагменты цокольного этажа – все, что осталось нам от красивейшего некогда ансамбля старого города, возведенного как храм и учебное заведение католического мо-

нашеского ордена иезуитов. Это почти сравненные с землей руины около вечного огня, которые на схемах обороны Цитадели обозначены как Инженерное управление крепостью. Переделанный (упрощенный и донельзя изуродованный, с позиции архитектуры) комплекс действительно пользовался в указанном качестве в период стояния советского и польского гарнизонов, а раньше служил комендантским управлением заворачивавшего сюда государя-императора – уже после появления крепости, обратившей сакральные храмы в объекты военного назначения [2].

В 1635 г. за пределами основной территории города (в районе нынешнего кафе «Цитадель») был заложен доминиканский монастырь.

Доминиканцы – католический монашеский орден, основанный испанским монахом святым Домиником. Орден был основан во Франции. Важнейшим направлением деятельности доминиканцев было углубленное изучение теологии с целью подготовки грамотных проповедников. Главная задача нового ордена состояла в миссионерской деятельности среди неверных.

В 1848 г. доминиканский комплекс был снесен [3].

В первой четверти XVII в. в Брест-Литовске по приглашению Мартина Шишковского появились *бернардинцы* – члены католического монашеского ордена, названного в честь реформатора Бернара Сиенского. Он отдал бернардинцам свой дом и участок на Волынском предместье города, а также построил для монахов каплицу.

В 1605 г. бернардинцами были возведены деревянные постройки: костел и монастырь. С пожертвований Льва Сапег и Яна Галемского вместо деревянного началось строительство каменного костела, который в 1623 г. был освящен во имя Иоанна Крестителя и Святой Анны. Через год, в 1624 г. был также основан и женский деревянный монастырь. Позже на этом же участке был возведен уже каменный костел и монастырь бернардинок. Он был закончен только в 1750 г., в этом же году был освящен во имя Непорочного зачатия. Интерьер храма производил, как и фасад, впечатление богатства. Его внутренние устои были обработаны группами пилястр, зрительно поддерживающих цилиндрический свод. Большой двухъярусный позолоченный из резного дерева главный алтарь дополняли резные из дерева алтари. Пол перед большим алтарем был деревянным, а в остальных частях кирпичным.

Каменный монастырь бернардинок (законченный в 1781 г.), был перекрыт сводами в обоих этажах. Квадратный внутренний двор занимал садик. На первом этаже к костелу примыкала исповедальня для монахинь. На первом этаже монастыря также размещались наиболее важные помещения: приемная, келья настоятельницы, трапезная. На втором этаже располагались 13 монашеских келий.

Монастыри бернардинцев и бернардинок Бреста – единственные сооружения этого ордена в Беларуси, образовавшие ансамбль вокруг площади. Фасады костелов монастырей Бреста замыкали площадь за Бернардинским мостом через Мухавец и служили гигантским обрамлением дороги, ведущей из Украины. В других городах (Минск, Слоним) оба бернардинских монастыря стояли независимо один от другого и даже рядом расположенные (Минск) не образовывали комплекса.



Фото 2 – Доминиканский костел

Со строительством крепости комплекс был приспособлен под кадетский корпус, здание женского монастыря использовалось как госпиталь. Сейчас от красивейшего бернардинского комплекса остались одни руины [4].

За пределами основной территории средневекового города (за нынешней Цитаделью) обосновались *бригитки* – женский католический орден. В их распоряжении был костел Непорочного зачатия и монастырь. Орден был очень богатым. В архивах сохранилась

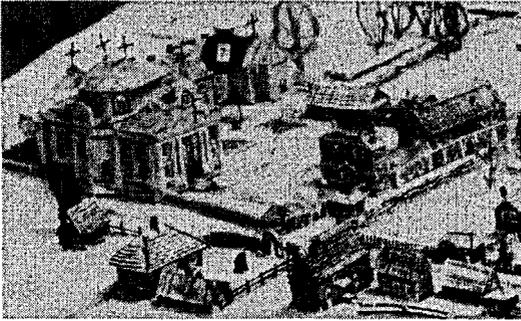


Фото 3 – Монастырь бригиток

запись о том, что староста города занял у монахинь 70 000 злотых – огромная сумма, которая не всегда была в казне ВКЛ. Во время строительства крепости монастырь бригиток использовался как гарнизонная тюрьма, впоследствии был разрушен.

К сожалению, ничего из красивейших духовных сооружений старого города не дошло до наших времен. Вероятно, если бы город сохранился, он был бы

очень популярен среди туристов за красоту и уникальность своих сооружений.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Кароза, А.И. Город с тысячелетней историей: прошлое, настоящее, будущее // Архитектура и строительство [Электрон. ресурс]. – 2004. – Режим доступа: <http://ais.by/story/3422>. – Дата доступа: 12.04.2011.
2. Сарычев, В. Комплекс иезуитов / В. Сарычев // В поисках утраченного времени [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа: <http://vb.by/sarychev/content/46/main.php>. – Дата доступа: 12.04.2011.
3. Драгоценные камни Берестя // Народная Воля [Электронный ресурс]. – 2009 г. – Режим доступа: <http://old.nv-online.info/index.php?c=nw&i=32610>. – Дата доступа: 12.04.2011.
4. Тайна Бернардинского монастыря // HODOMAN [Электронный ресурс]. – 2008. – Режим доступа: <http://hodoman.net/tajna-bernardinskogo-monastyrya/>. – Дата доступа 12.04.2011.

Использованы материалы экскурсии, проведенной Гуляевым Василием Васильевичем 5.04.2011 г. на основе макета средневекового Бреста, находящегося в Художественном музее Брестской крепости.

УДК 726.033.11/5(476.6)

Сотник А.С.

Научный руководитель: ст. преподаватель Грибова С.В.

КУЛЬТОВЫЕ СООРУЖЕНИЯ СТАРОГО БРЕСТА:

СВЯТО-НИКОЛАЕВСКИЙ ХРАМ, БАЗИЛИАНСКИЙ КОМПЛЕКС, СИНАГОГА

Различные исторические события происходили на территории Бреста. Город пережил много войн, был в составе различных государств, несколько раз менял свое название, менялся внешний облик города. Берестье много раз разрушался, но каждый раз снова оживал и богател. Этим он обязан выгодному расположению: на слиянии рек Мухавец и Западный Буг, на торговом пути «из варяг в греки» Брест был крупнейшим торговым центром на протяжении почти всей истории своего существования.

Первым официально признанным упоминанием Бреста является фраза в «Повести временных лет» о том, что раненого в бою Святополка привезли в Берестье после его битвы с братом Ярославом за киевский великокняжеский престол в 1019 г. В новгород-

ских летописях эти же события датируются 1017 г. Один из исследователей истории Бреста Х. Зоненберг сообщает об упоминании города в 1016 г., но эта дата не подтверждена ссылкой на какой-либо летописный источник [1]. Согласно археологическим данным, возникновение Берестья все же следует относить ко времени, несколько более раннему, чем первое упоминание в летописях [2].

В конце XIII в. был построен Брестский замок – комплекс оборонительных сооружений вокруг поселения. Замок располагался в районе нынешнего Волынского укрепления. Однако город быстро разрастался, укрепленных территорий не хватало, и жители начинали селиться на соседних островах, в частности, на месте современной Цитадели. Предположительно на территории замка была возведена пятиугольная башня-донжон. Она была разрушена и окончательно разобрана во время строительства Крепости в 1830-х годах.

В 1390 г. Берестье получает Магдебургское право, а значит, и возможность самостоятельно выбирать себе старост. Следует отдать должное берестейцам: на старостование они приглашали видных и богатых государственных деятелей своего времени, которые вкладывали свои средства в развитие города, что вкупе с огромными доходами от торговли и таможни давало возможность Бресту богатеть и процветать.

Во время Северной войны (1700-1721 гг.) красивейший город Брест заняли шведы. Во время их пребывания город сильно обнищал, население сократилось с 10 000 до 3 000. Однако именно благодаря шведам мы можем восстановить облик старого города. Они произвели замеры всех городских построек. Эти материалы сохранились в архивах Санкт-Петербурга. Во многом по ним брестской художницей Анастасией Фетисовой и студентами Брестского государственного политехнического колледжа был создан макет города середины XVII в. с 70-75% достоверностью.

В 1795 г. после третьего раздела Речи Посполитой Брест вошел в состав Российской империи. В связи с антироссийским восстанием 1831 г. царским правительством было принято решение о возведении крепости как опорного пункта русской армии для устрашения населения западных губерний. В 1832 г. начались работы по возведению крепости, но они затормозились из-за того, что на месте строительства стоял город. В 1835 г. ночью в городе случился сильнейший пожар, в результате которого, по разным источникам, было уничтожено от 300 до 600 построек. До сих пор ведутся споры, был это обычный пожар или поджог, но, так или иначе, город сгорел дотла, а отстраиваться на старом месте населению не позволили. Застройка была перенесена на 2 км восточнее (современные улицы Ленина – Орджоникидзе – Кирова – Машерова), а в 1842 г. над Брестской крепостью был поднят флаг Российской империи [3]. Так прекратил свое существование богатый и красивый город. Почему был выбран проект крепости, предполагающий разрушение города, – неизвестно, да и какая теперь разница?

В старом Бресте были представлены различные конфессии, которым принадлежали свои культовые сооружения, отличавшиеся великолепием и пышностью убранства. В XVI в. в городе насчитывалось 1,5 десятка католических храмов, относящихся к разным орденам, более 10 церквей, 1 синагога. Тут же была заключена Берестейская уния, которая положила начало новому религиозному течению – униатству.

Наиболее интересным памятником православия был *кафедральный собор во имя Святой Николы*. Он располагался примерно на месте нынешнего монумента «Жагда». Небольшое описание храма на основе актов ревизии церквей оставил священник Лев Паевский: по свидетельству визитатора, храм являлся едва ли не самым древним и величественным по идее и грандиозности постройки в «прибужской стране» [4].

Предполагается, что храм был построен в первой половине XIV ст. Он был сооружен из камня, не оштукатурен, имел гонтовую крышу с деревянным куполом посередине. Верх купола был обит белой жемью, крест сделан из железа. Сбоку к храму было пристроено деревянное крыльцо. Считается, что церковь несколько раз перестраивалась. Это подтверждает гравюра Н. Дальберга «Осада Брест-Литовска шведами в 1657 г.», где видны четыре башни по углам храма и высокий шпиль (Фото 1).

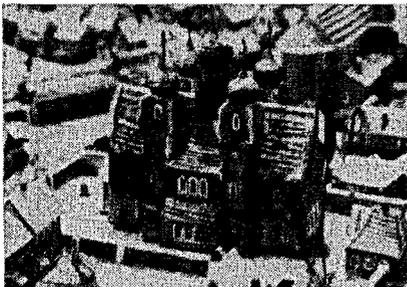


Фото 1 – Свято-Николаевский храм

Внутренне убранство храма отличала простота и обилие икон старинного письма, среди которых особо выделялся образ Спасителя, почитаемый как чудотворный. Слева от царских врат – лик Божией Матери, на северных и южных вратах – изображение Св. Архистратига Михаила.

В XVI в. при храме возникает одно из древнейших в Беларуси кафедральное братство, просуществовавшее до 1604 г. как православное, а затем продолжившее деятельность как униатское. При храме действовала одна из первых доступных всем слоям населения школа. С 1592 по 1595 год в Брестской братской школе преподавал славянскую грамоту известный белорусский просветитель Лаврентий Зизаний. Именно здесь, в Бресте, он составил свою знаменитую «Граматику словенску». Здесь же, при храме, был создан госпиталь.

В 1593 г. сторонник унии Ипатий Потей начал гонения на деятелей братства. В 1595 г. вынужден был уйти в Виленскую братскую школу Лаврентий Зизаний. В 1596 г. храм стал местом принятия акта о заключении Берестейской унии. С этого времени культовое сооружение фактически было насильственно оторвано от православных и передано униатам. В 1597 г. была издана королевская грамота, предписывающая И. Потеею отдать школу Брестского Свято-Николаевского братства униатам.

Как кафедральный собор, храм Святого Николая имел приписанные к нему деревни. Приходу принадлежал и ряд частных домов в городе. Возле храма, очевидно, находились также погост и двор епископа. В боковом приделе храма существовал второй алтарь, освященный в честь святых мучеников Бориса и Глеба – наиболее древних местночтимых святых в белорусских землях.

Достаточно трудно проследить историю храма в его «униатский» период. Однозначно, что во внешнем и внутреннем облике храма произошли перестройки, что подтверждает упомянутая гравюра Дальберга.

После перехода Бреста в состав Российской империи, Кафедральный собор Св. Николая Чудотворца вновь стал православным. В 1832 г. было начато строительство крепости. Старый Брест-Литовск постепенно исчезает с лица земли, но тем не менее на архивных планах крепости вплоть до 1840 г. значится церковь Св. Николая. Вероятно, храм предполагалось сохранить как гарнизонный. Для этого в 1837 г. были сняты его обмеры, и разработан план реконструкции. Но проектам этим не было суждено осуществиться: в 1840 г. древняя церковь была разобрана [4].

Совсем недалеко от храма, на современных руинах Белого дворца, находился базилианский комплекс, который, как и все духовные постройки того времени, отличался необыкновенной красотой (Фото 2).

Митрополиту Ипатию, главному стороннику заключения Брестской унии, в его латинизаторской деятельности нужны были грамотные и деятельные помощники. Для того,

чтобы обеспечить себе действенную поддержку со стороны униатского духовенства,



Фото 2 – Храм базилиан

Ипатий. Потей решил реформировать немногочисленное греко-католическое монашество, имевшееся в его распоряжении. С этой целью он создал по образцу римо-католических орденов униатский орден монахов-базилиан (или василиан) с целью пропаганды униатской церкви. Свое название они получили от имени св. Василия Великого, правила которого якобы должны были стать основой деятельности ордена. В реальности базилиане в гораздо большей степени руко-

водствовались теми принципами, на которых основывался орден иезуитов. Фактически это и были иезуиты восточного обряда, с самого начала ставшие подлинной "гвардией" греко-католического митрополита и важнейшим орудием латинизации униатов.

После кончины Ипатия новым главой униатской церкви решено было поставить Иосифа Вельямин-Рутского. При нем униатство оказалось в еще большей степени подверженным латинизации, а базилиане заняли в униатской церкви наиболее привилегированное положение. Они руководили делом духовного просвещения – в большинстве униатских монастырей были созданы школы по образцу иезуитских. Лучшие их выпускники получали возможность продолжать учебу в крупнейших католических университетах и коллегиях Западной Европы. В период митрополичьего правления Вельямин-Рутского базилиане не только были изъяты из подчинения греко-католическому священноначалию, но и поставили униатских епископов под свой контроль. Назначение епископов и самого митрополита отныне должно было согласовываться с орденом начальством. Фактически базилиане стали управлять всей униатской церковью [5].

Впоследствии берестейский базилианский монастырь перестроили под артиллерийские казармы, а базилианскую церковь – под офицерский клуб, дошедший до нас как Белый дворец.



Фото 3 – Синагога

Красивейшим зданием средневекового Бреста была *синагога*. На её постройку «Витовт приказом своим от 25 сентября 1411 г. велел отпустить даром брестским евреям глину и кирпич. Построили чудосинагогу, которая славилась во всей Европе. Своею архитектурой и изящной отделкой она удивила всех знатоков и возбуждала еще в 16 столетии зависть поляков до того, что король Ян Казимир разрешил евреям построить божницу в городе Каменце с тем

только условием, чтобы она (божница) вышиною и великолепием не превосходила костелов и церквей. Это был намек на брестскую синагогу». И тогда в новых синагогах стали углублять пол, за счет этого увеличивая внутреннее пространство [1].

Но в 1495 г. евреев изгнали из Бреста, а синагогу отдали христианам, и ее перестроили на каплицу.

После возвращения иудеев на пересечении улиц Жидовской и Русской (территория нынешней крепости) был заложен Жидовский рынок, ставший центром жизни общины.

Из выросших здесь зданий выделялась большая синагога, построенная на пожертвования богатых людей. Действовала школа раввинов.

Законченный вид торцевого фасада главной брестской синагоги того времени можно рассмотреть на гравюре Эрика Дальберга 1657 г.: высокое двухъярусное сооружение с чертами ренессансной архитектуры, завершаемое двухскатной крышей над главным нефом и односкатными над боковыми (Фото 3). При сносе синагоги в связи со строительством крепости в 1842 г. в стене обнаружили гранитную табличку с надписью, которая гласила, что вельможа Шауль Валь «выстроил женскую галерею синагоги в память супруги своей Двойры». Спустя десятилетие плита была снова замурована – в коридоре главной синагоги (нынешний кинотеатр «Беларусь») вновь отстроенного города [6].

В настоящее время план крупнейшего в средневековой Европе сакрального сооружения и одного из красивейших зданий древнего Берестья хранится в израильском музее.

К сожалению, мы сегодня не имеем возможности видеть все красоты нашего города, а историей интересуются далеко не все. Есть предложения и планы по застройке территорий вокруг Цитадели [7], восстановлению отдельных зданий старого города в масштабе 1:5, но есть ли смысл? Вместо старого Бреста у нас есть Крепость, подвиг которой в сердце каждого брестчанина. Но и о том, что было в нашем городе всего 200 лет назад, забывать не стоит.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Зоненберг, Х. История города Брест-Литовска. 1016-1907. – Брест-Литовск: Типография И. Кобринца, 1907. – 104 с.
2. Лысенко, П. Ф. Берестье. – Мн.: Наука и техника, 1985. – 399 с.
3. Кароза, А.И. Город с тысячелетней историей: прошлое, настоящее, будущее // Архитектура и строительство [Электрон. ресурс]. – 2004. – Режим доступа: <http://ais.by/story/3422>. – Дата доступа: 12.04.2011.
4. Попов, В. Брестский собор святого Николая Чудотворца // Журнал «Ступени» [Электронный ресурс]. – 2001. – Режим доступа: http://minds.by/stupeny/nomera/2/st2_8.html. – Дата доступа: 12.04.2011.
5. Петрушко, В. Православие в Западной Руси после заключения Брестской унии. 240 лет духовного угнетения русского народа Белой и Малой Руси // Западная Русь [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа: <http://zapadrus.su/rusmir/istf/79-240-.html?start=1>. – Дата доступа: 12.04.2011.
6. Сарычев, В. Brest Synagogue // History of Brest, Belarus, book by V.Sarychev [Электрон. ресурс]. – 2008. – Режим доступа: http://www.city-walk.brest-belarus.org/sar/161_synagoga-eng.html. – Дата доступа: 12.04.2011.
7. Драгоценные камни Берестья // Народная Воля [Электронный ресурс]. – 2009 г. – Режим доступа: <http://old.nv-online.info/index.php?c=nw&i=32610>. – Дата доступа: 12.04.2011.

Использованы материалы экскурсии, проведенной Гуляевым Василием Васильевичем 5.04.2011 г. на основе макета средневекового Бреста, находящегося в Художественном музее Брестской крепости.

УДК 338.001.36

Третьяк Г.В.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Козинец М.Т.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ АДМИНИСТРАТИВНО-ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ И МЕТОДЫ ЕЁ ОЦЕНКИ

На современном этапе важнейшие задачи национальной экономики заключаются в создании необходимых и благоприятных условий для стимулирования экономического роста, повышения качества жизни населения. Нехватка финансовых и инвестиционных средств в последнее время стала проблемой для белорусской экономики.

Выбирая ту или иную территорию для вложения своих средств, инвесторам достаточно трудно оценить привлекательность и выявить потенциал одной административно-106

территориальной единицы по отношению к другой, т.к. выбор инвестиционного решения основан на многовариантной, многокритериальной оценке большого количества факторов и тенденций, часто действующих разнонаправленно. К тому же инвестиционный климат любого административно-территориального образования является динамичным и постепенно изменяется в положительную или отрицательную сторону. От верности оценки инвестиционного климата интересующего объекта зависят последствия как для инвестора, так и для экономики региона и страны в целом. Поэтому задача мониторинга и оценки инвестиционного климата весьма актуальна.

Существуют разнообразные методы оценки инвестиционной привлекательности. Япония использует не количественные оценки, а описательные. В США вычисляют четыре агрегированных показателя деловой активности, потенциала развития хозяйственной системы, экономической эффективности инвестиций и основных составляющих налоговой политики [1].

Определением инвестиционной привлекательности занимаются уже более 30 лет. Впервые такие оценки осуществляли на Западе в середине 60-х годов.

Одни из первых были исследователи Гарвардской школы бизнеса. Сравнение проводилось на основе экспертной шкалы со следующими характеристиками каждой страны: законодательными условиями для иностранных и национальных инвесторов, возможностью вывоза капитала, состоянием национальной валюты, политической ситуацией в стране, уровнем инфляции, возможностью использования национального капитала. Но используемые показатели были недостаточно детальны для объективного отражения всего комплекса условий, которые принимаются во внимание инвесторами.

В конце 80-х годов, на фоне появления стран с переходной экономикой и специфических условий инвестирования, разрабатывались новые подходы, которые принимали во внимание как условия, так и результаты вложения инвестиций, близость мировых экономических центров к стране, институциональные преобразования, "традиции в отношении демократии", состояние и перспективность осуществляемых реформ, уровень качества трудовых ресурсов [2].

Следует отметить, что методика рейтинговых агентств достаточно узконаправленна и ориентирована в основном на портфельные инвестиции, а не для осуществления прямых инвестиций. Данная методология интересна лишь для получения обобщающих характеристик, но не полного и достоверного анализа инвестиционной ситуации.

В ходе рассмотрения методик российских исследователей Н.И. Климовой, К. Гусевой, И. Ройзмана, И. Гришина, И.А. Бланка; а также методик рейтинговых агентств, Всемирного банка, журналов «Эксперт» и Euromoney, были выявлены следующие общие особенности:

- труднодоступность используемой информации;
- сложность методов расчетов;
- противоречащие один другому результаты;
- узкая направленность – оцениваются либо только региональная/страновая инвестиционная привлекательность, либо только отраслевая;
- различные толкования понятия «инвестиционная привлекательность» и «инвестиционный климат»;
- разный набор используемых показателей, которые характеризуют степень инвестиционной привлекательности;
- отсутствие научных обоснований методик оценки и прогнозирования региональной инвестиционной привлекательности;

- недостаточная обоснованность принципов объединения множества выбранных для анализа показателей в группы;
 - нерегулярность проводимых оценок.
- В результате анализа была выявлена следующая классификация методик оценки инвестиционной привлекательности (Рис. 1):

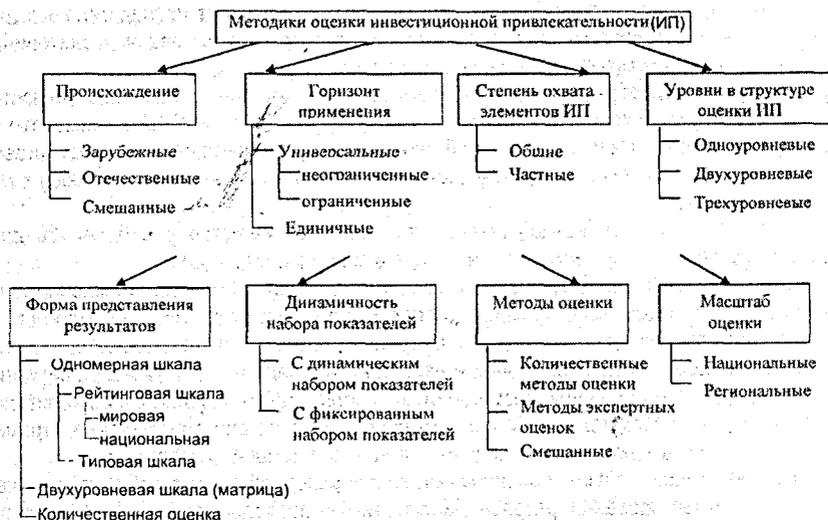


Рисунок 1 – Классификация методик оценки инвестиционной привлекательности

Как правило, в литературе выделяются 3 подхода анализа инвестиционной привлекательности.

Первый подход основан на оценке макроэкономических показателей: динамика ВВП, национальный доход и объемы производства; динамика в распределении национального дохода, пропорции потребления и сбережения; приватизационные процессы; развитие различных инвестиционных рынков.

Второй подход – факторный – основанный на анализе набора факторов, таких как оценка экономического потенциала; зрелость рыночной среды; социальные и социокультурные; политические факторы; финансовые; организационно-правовые.

Третий подход – рисковый, основанный на рассмотрении двух составляющих: инвестиционного потенциала (оценка по макроэкономическим характеристикам) и инвестиционного риска (оценка с позиции вероятности потерь дохода от инвестиций) [3].

В рамках проведенного исследования были выявлены следующие достоинства и недостатки подходов к определению инвестиционного климата. В первом подходе игнорируется объективная связь инвестиций с совокупностью других ресурсных факторов развития, хотя используется сравнительно простой анализ и расчеты.

Преимущество второго подхода заключается в учете взаимодействия множества ресурсных факторов, то есть дифференцированный метод при определении привлекательности. Однако для совершенствования этого метода необходимо:

- учитывать структурные преобразования и обеспечение устойчивости экономики региона;

- оценивать состояние, развитие и использование научно-технологического потенциала и инноваций;

- минимизировать трудно определяемые факторы, такие как: отношение власти к иностранному бизнесу и т.д.;

- анализировать конкурентоспособность отраслей, как минимум приоритетных.

Что касается рискового метода, то он представляет интерес прежде всего для стратегических инвестиций; нацеленных на быстрое извлечение прибыли, хотя не у всех инвесторов одинаковые цели. Но преимущество данного подхода в том, что он оценивает рисковую составляющую, которую не учитывают в двух других подходах.

Следует также заметить, что в литературе инвестиционная привлекательность страны рассматривается с позиции абстрактного инвестора, который нацелен на максимизацию своего дохода. Но не у всех инвесторов могут быть одинаковые цели. Например, инвестор может быть нацелен на устойчивое влияние на деятельность компании, что предполагает установление долгосрочных отношений, активное участие в принятии решений и в управлении компанией. Поэтому инвестор соглашается с определенным снижением прибыльности инвестиций в краткосрочном периоде.

У получателя инвестиций и инвестора также могут быть разные цели. Получатель инвестиций может стремиться разрешить социально-экономические вопросы, а инвестор – извлечь максимальную прибыль, закрепить прочные позиции на рынке [4].

Таким образом, необходима разработка комплексного метода оценки инвестиционной привлекательности, который бы учитывал все факторы и условия регионального развития, и основывался на уже существующих методах. При этом, очень важным моментом здесь является определение инвестиционной привлекательности региона, как целостной системы с точки зрения каждого конкретного инвестора. Так как разные инвесторы используют различные пути для достижения своей главной цели – получения конечной прибыли от инвестирования, соответственно и инвестиционную привлекательность региона они будут оценивать именно со своих позиций.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Инвестиции в России и зарубежных странах / Под ред. И.К. Комарова. – М.: «РАУ-Университет», 2004. – 359 с.

2. Инвестиционная привлекательность экономических систем [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://investment2.ru>

3. Савенок, Э.А. Иностранные инвестиции / Э.А. Савенок; Академия управления при Президенте Республики Беларусь. – Минск, 2008. – 160 с.

4. Рейтинговое агентство «Ра-эксперт» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.raexpert.ru>

УДК 338.001.36

Третьяк Г.В.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Козинец М.Т.

ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ АДМИНИСТРАТИВНО-ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ НА ПРИМЕРЕ РАЙОНОВ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ

Реализация заявленной модели социально-ориентированной рыночной экономики в Республике Беларусь, которая позволяет взаимодействовать конкуренции и частной инициативе с активной деятельностью государства, невозможна без активного привлечения инвестиций на рынок Республики Беларусь.

Повышение инвестиционной привлекательности способствует дополнительному притоку капитала, экономическому подъему. Инвестор, выбирая регион для вложения своих средств, руководствуется определенными характеристиками инвестиционной привлекательности. Чем сложнее является ситуация, тем в большей степени опыт и интуиция инвестора должны опираться на результаты экспертной оценки инвестиционного климата в странах и регионах.

Брестская область обладает мощным экономическим потенциалом, производственными и интеллектуальными ресурсами, а также неограниченными возможностями для инвестирования. Брестская область имеет большие возможности для широкого привлечения иностранных инвестиций благодаря своему выгодному геополитическому положению, режиму свободной торговли, действующему между Республикой Беларусь и странами СНГ, развитой транспортной инфраструктурой.

Для выполнения поставленной задачи по привлечению инвестиций в национальную экономику целесообразно и необходимо рассчитать показатель инвестиционной привлекательности для каждого административно-территориального образования с последующим формированием рейтингов.

Наибольшее распространение получил подход, определяющий инвестиционную привлекательность как совокупность социальных, экономических, организационных, правовых, политических и иных условий, определяющих инвестиционную привлекательность и целесообразность инвестирования в экономику страны или региона. В данном направлении методика оценки осуществляется с использованием интегрального показателя инвестиционного климата, для оценки которого формируется определенная совокупность частных показателей. Интегральный показатель (К) оценки состояния инвестиционного климата рассчитывается как средневзвешенная арифметическая величина значений частных показателей по формуле (1):

$$K = \frac{K_1 \cdot I_1 + K_2 \cdot I_2 + \dots + K_n \cdot I_n}{\sum_{i=1}^n I_i}, \quad (1)$$

где K_1, K_2, \dots, K_n – частные показатели, а именно: финансовые, экономические, политические; I_1, I_2, \dots, I_n – веса частных показателей [2].

Чем выше значение интегрального показателя надежности инвестиционного климата, тем более благоприятным климатом обладает административно-территориальное образование.

В состав сводимых частных показателей включаются наиболее инвестиционнозначимые факторы, которые оказывают максимальное влияние на инвестиционную привлекательность административно-территориальных образований.

При расчете показателя инвестиционной привлекательности предлагается оценить влияние семи основных наиболее часто используемых факторов. Вес каждого фактора определен в зависимости от его значимости и проранжирован. Весовой коэффициент фактора используется в качестве множителя статистических значений показателей и отражает относительную значимость одного показателя в сравнении с другими показателями.

Полученные относительные величины по всем частным показателям складываются, в результате определяется значение показателя инвестиционной привлекательности. Примерный состав индикаторов оценки с указанием источников данных по всем показателям приводится в Таблице 1.

Состав показателей может быть изменен с учетом специфики условий и направлений инвестирования, приоритетов, расставленных инвесторами, особенностей каждого этапа развития экономики и особенностей конкретного административно-территориального образования.

Таблица 1 – Основные показатели, определяющие инвестиционную привлекательность районов

Наименование показателей	Способ оценки показателя
1. Рост производства промышленной продукции	Отношение объема производства в текущем периоде к объему производства в предыдущем периоде
2. Объем производства на душу населения	Отношение объема производства к численности населения в районе
3. Доля объема производства района в объеме производства в целом по области	Отношение объема производства в районе к общему объему производства в области
4. Доля убыточных организаций от общего числа организаций	Доля убыточных организаций, в процентах от общего числа организаций
5. Объем платных услуг на душу населения	Отношение объема платных услуг к численности населения в районе
6. Обеспеченность населения жильем кв.м общей площади на одного жителя	По данным статистики [1]
7. Уровень безработицы	По данным статистики [1]

Чтобы сравнить показатели, характеризующие инвестиционный потенциал, между собой, применяется десятибалльная шкала оценки каждого из них (Таблица 2). Для оценки используются мнения экспертов, и данные значения могут корректироваться в процессе исследования.

Таблица 2 – Шкала оценки показателей инвестиционной привлекательности районов

Показатели	Оценка показателя	Вес показателя
1. Рост производства промышленной продукции	1 – рост более чем на 10% 10 – падение более чем на 10%	0,125
2. Объем производства на душу населения	1 – 5000 \$ 10 – 100 \$	0,25
3. Доля объема производства района в объеме производства в целом по области	1 – от 10 % 10 – менее 1%	0,07
4. Доля убыточных организаций от общего числа организаций	1 – менее 10% 10 – более 30%	0,18
5. Объем платных услуг на душу населения	1 – более 1 500 000 руб. 10 – менее 500 000руб.	0,13
6. Обеспеченность населения жильем кв.м общей площади на одного жителя	1 – более 30 кв.м на одного человека 10 – менее 20 кв.м на одного человека	0,045
7. Уровень безработицы	1 – безработицы нет 10 – более 2 %	0,2

В Таблице 2 также представлены значения весовых коэффициентов для каждого показателя. Они определяются при помощи метода экспертного опроса. В качестве экспертов целесообразно привлечь руководителей финансовых отделов предприятий и индивидуальных предпринимателей, являющихся потенциальными инвесторами. По результатам проведенного опроса вычисляется средний результат.

Значения весовых коэффициентов также могут варьироваться в зависимости от приоритетов инвесторов и особенностей конкретного региона. В идеале, инвестор, оценивая инвестиционный потенциал региона, сам расставляет приоритеты между предпо-

женными показателями. Таким образом, методика адаптирована и максимально приближена к интересам инвестора.

После оценки перечисленных показателей определяется значение инвестиционного потенциала региона по формуле (1). Для сравнения показателей между собой использована шкала интервалов, для определения размера которых используется формула Стерджесса (Таблице 3).

Таблица 3 – Классификация районов по показателю инвестиционной привлекательности

Значение показателя инвестиционного потенциала	Характеристика потенциала региона
2,640-3,761	Максимальный потенциал
3,761-4,882	Высокий потенциал
4,882-6,003	Средний потенциал
6,003-7,124	Пониженный потенциал
7,124-8,245	Незначительный потенциал

По результатам расчетов составляется следующий рейтинг районов по инвестиционной привлекательности (Таблица 4):

Таблица 4 – Классификация районов Брестской области по показателю инвестиционной привлекательности

Районы	Значение показателя инвестиционной привлекательности
Березовский район	2,64
Жабинковский район	2,735
Барановичский район	2,815
Каменецкий район	3,795
Брестский район	4,1
Кобринский район	4,165
Ивацевичский район	4,705
Столинский район	5,045
Пинский район	5,255
Ляховичский район	5,755
Дрогичинский район	6,205
Пружанский район	6,33
Ивановский район	6,395
Лунинецкий район	6,65
Малоритский район	7,825
Ганцевичский район	8,245

Таким образом, наиболее перспективными районами представляются Березовский, Жабинковский и Барановичский, обладающие максимальным потенциалом по итогам оценки. Также достаточно сильные позиции у Каменецкого, Брестского, Кобринского и Ивацевичского районов. На последнюю группу районов – Малоритский и Ганцевичский – необходимо обратить особое внимание с целью выявления и устранения слабых сторон и определения мероприятий, направленных на повышение их инвестиционной привлекательности.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Регионы Республики Беларусь, 2010 / Статистический сборник. – Мн.: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2010
2. Хасанов, С. Методика оценки инвестиционного климата / С. Хасанов, С. Юлдошев // Инвестиции в России. – 2001. – № 5.

ИССЛЕДОВАНИЕ ЗАВИСИМОСТИ МЕЖДУ СКОЛЬЗЯЩИМ СРЕДНИМ И УРОВНЕМ ЦЕННОСТИ

Цель: выдвинуть гипотезу о том, что с помощью скользящей средней можно определить уровень ценности. Описать теорию вокруг этой гипотезы и сравнить ценность со скользящей средней.

Выводы, сделанные из предыдущих работ:

рыночная цена на рынке чистой конкуренции не является уровнем ценности, как утверждают некоторые теории, из-за воздействий на ее формирование настроений. Очень важно отметить, что рынок молниеносно реагирует на какие-либо события, новости и может опережать изменение потребности в товаре. Для определения равновесной цены или ценности следует учитывать все настроения, присутствующие на рынке. Существуют также индикаторы технического анализа, позволяющие измерять настроения и определять их средний уровень. Примерами являются такие индикаторы, как: сила быков/медведей, скользящее среднее соответственно.

Ценность складывается из трех факторов: себестоимость, потребность или полезность, редкость.

Свойства ценности:

1. Цены описывают колебания вокруг ценности. Это следует из-за влияния настроений на формирование цены.

2. Ценность запаздывает, по сравнению с ценой. На современном рынке любое даже ожидаемое, событие или новость будет молниеносно учитываться рынком, вследствие чего будет, произойдет такое же резкое изменение цены. Примером будет являться ситуация какой-либо катастрофы, когда цены на некоторые стратегические ресурсы резко взлетят. В свою очередь факторы ценности будут изменяться постепенно, по мере истощения запасов и т.д.

3. Ценность имеет гораздо более ровность и стабильность нежели цены.

4. Так как все же ценность – результат мнений и действий людей, она меняется с течением времени.

5. Цены валют не влияют на ценность, за исключением ценности самой валюты. Ценность может не меняться, может меняться ее денежное выражение.

6. Также ценность благ похожего назначения может меняться, если будут изменяться цены на взаимозаменяемые либо взаимодополняемые блага вследствие изменения потребности.

7. Ценность и настроения формируют цену, следовательно, если измерить настроения, можно вычислить ценность.

То есть, если каким-то образом удастся измерять эти настроения, мы сможем найти равновесный уровень спроса и предложения, а также, что значительно важнее, уровень нейтрального настроения или, другими словами, уровень, где цена не будет вызывать негативных настроений. В данной работе этот уровень будет считаться эффективным. Если располагать цены на этом уровне, предприятие получит максимальную прибыль.

Индикатор, который согласно гипотезе будет определять ценность, называется скользящее среднее. Для того чтобы вести какие-то рассуждения нужно исследовать психологию рыночной толпы.

У каждого человека есть настроение. Однако не всегда ясно, какое оно. Допустим, вы мне принесли фотографию своего друга и просите, чтобы я по этой фотографии определил его настроение. Оптимист он или пессимист? По одной фотографии судить очень трудно. Но если делать снимки с одной точки в течение 10 дней, то у вас получится комбинированное фото, где останутся характерные черты и размоются случайные. Если выложить такие фотографии в ряд вы увидите, становится этот человек веселее или угрюмее. Если вы выложите такие фото в ряд – вы получите скользящее среднее настроения вашего друга. То есть по сути, если у вас есть множество фотографий какого-то человека, и вы начнете отсеивать плохие и хорошие настроения, то есть усредните, вы получите нейтральное настроение этого человека. В экономике такое нейтральное настроение называется ценностью либо уровнем равновесия. Ценность не отображает настроения и желаний, она всегда нейтральна, это то значение, в котором нуждаются и покупатели, и продавцы в равной степени. Другими словами, ценность – это консенсус покупателей и продавцов, это их равновесие.

Скользящее среднее не может абсолютно точно усреднить настроения, потому что негативных эмоций может быть больше чем позитивных. Однако для интервалов в 1 год, противоположные настроения будут относительно равны.

Формула Простой скользящей средней: сумма цен делится на их количество, равное периоду.

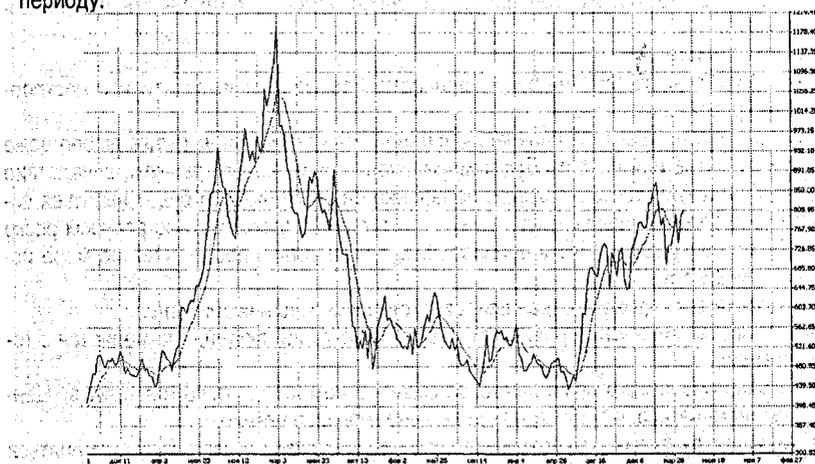


Рисунок 1 – Наименование: Пшеница (ZWcf). Описание: Стоимость 100 бушелей пшеницы. 1 бушель = 27,22 кг. Биржа CME(Чикагская товарная биржа). Котируется в USD. Схема: Аукцион. Фьючерс. Код: ZW K1. Данные нескольких лет представлены компанией Калита-финанс, через дилинговую программу iTraded 8.1. Красным цветом показана взвешенная скользящая средняя с периодом 12 и сдвигом 0. (примечание 1: адаптация скользящей средней к ресурсному товарному рынку будет приведена в следующей работе «адаптация скользящей средней к ресурсным товарным рынкам»). Усреднялись цены закрытия, так как они несут в себе меньше настроений.

На графике видно, что динамика скользящего среднего похожа на динамику цен, однако с некоторым запаздыванием, что совпадает с первым свойством ценности. Также цены описывают колебания вокруг скользящей средней. Скользящее среднее как и цен-

ность ровнее и стабильнее цены. Скользящее среднее как и ценность меняет свои значения и является кривой. Также скользящая средняя является производным инструментом от цены, что говорит и об обратном, что из скользящей средней можно получить цены. Также если изменяются цены валют или цены взаимодополняемых либо взаимозаменяемых благ, это изменит уровень цен, что в свою очередь отразится и на ценности, но в более медленной перспективе, что также соответствует свойству ценности.

Таким образом, при соблюдении всех основных свойств скользящей средней и достаточным на взгляд автора теоретическим основанием, из гипотеза о том, что скользящая средняя практически точное отображение ценности, будет сформирована теория, вокруг которой будет описан метод ценообразования на ресурсных товарных рынках.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Адам Смит. – Исследование о природе и причинах богатства народов, 1776.
2. Карл Маркс. – Капитал, 1983.
3. Элдер, А. – Трейдинг с доктором Элдером. Энциклопедия биржевой игры. – 3-е изд., испр. и доп. – 2009.
4. Элдер, А. – Как играть и выигрывать на бирже. – 4-е изд., испр. и доп. – 2007.
5. Швагер, Д. – Технический анализ. Полный курс. – 7-е изд., испр. и доп. – 2008.
6. Швагер, Д. – Технический анализ. Полный курс. – 1-е изд. – 2001.

УДК 339.13.017

Филист А.

Научный руководитель: доцент, к.э.н. Омелянюк А.М.

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ НАСТРОЕНИЙ НА КОНЪЮНКТУРУ БИРЖЕВЫХ РЫНКОВ

Цель работы: Исследование влияния настроений субъектов рынка чистой конкуренции на формирование цены.

Исследование рыночной конъюнктуры может эволюционировать в достаточно эффективную торговую систему по прогнозам цен, с минимальной ошибкой. Однако многие аналитики упускают из виду само определение цены и фактор влияния – рынок. Как описано в классической теории (частично), механизмы которой являются постулатами любой экономики, а именно стремление к равновесию спроса и предложения, упускается из вида один очень важный процесс, процесс, при котором настроения рыночной толпы могут влиять на изменение цен.

Рынок не стоит на месте, как и его анализ. На данный момент наибольшей аналитической силой является технический и фундаментальный анализ бирж. Трейдеры по всему миру в течение века создавали интересные теории, индикаторы и развивали искусство артчартинга. Эти методы создавались с целью оказать помощь трейдеру принимать более обоснованные и верные решения.

Технический анализ построен на том предположении, что в цену уже включены все факторы, ценовые и даже неценовые, влияющие на рынок. Рынок рассматривается как огромное множество уникальных его субъектов, каждый из которых имеет свое собственное мнение и настроение, которое влияет на его решение. Окружающий мир и события, происходящие в нем, от катастроф до взмаха крыльев бабочки, влияют на решение каждого человека, участвующего в сделке. Так же, как описано в классической теории, на рынке постоянно ведется борьба спроса и предложения, рынок стремится к равновесию, но настроения и мнения субъектов мешают этому, от чего цена колеблется и отделяется от этого равновесия.

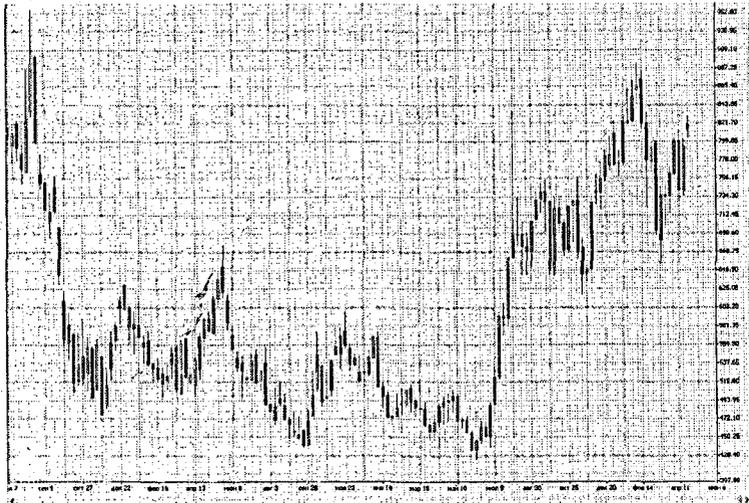


Рисунок 1 – Наименование: Пшеница (ZWcfd). Описание: Стоимость 100 бушелей пшеницы. 1 бушель = 27,22 кг. Биржа CME(Чикагская товарная биржа). Котируется в USD. Схема: Аукцион. Фьючерс. Код: ZW K1. Данные нескольких лет представлены компанией Калита-финанс, через дилинговую программу iTraded 8.1.

В отличие от реального сектора, где цены были бы точками, на бирже цены представляют собой столбцы, где указаны 4 цены: открытия, закрытия, максимальная, минимальная. Тонкие линии на графике, исходящие из более толстых – максимальные и минимальные цены в течение интервала торгов. Они указывают на критические настроения на рынке и являются крайней точкой паники.

Также цены открытия несут в себе всю информацию, что скопилась за ночь. Существует даже игра на давление, которое ведется в первые два-три часа после открытия рынка. Цены закрытия наоборот несут в себе меньше настроений, так как вся информация распределяется по всему дню и рынок своим воздействием пытается прийти к равновесию. Конечно же, нельзя утверждать, что направление от цен открытия до цен закрытия ведут к ценности, однако зачастую это так, рынок описывает колебания вокруг ценности [2].

Необходимо обратить внимание: рынок не движется хаотично.

Каждый день торгов представляет собой борьбу покупателей ("быков"), стремящимся поднять цену вверх; и продавцов ("медведей"), толкающих цену вниз. В зависимости от того, какая из сторон одерживает верх, день завершается более высокой или более низкой ценой по сравнению с днем предыдущим, а промежуточные результаты, и в первую очередь максимальная и минимальная цены, позволяют судить о том, как разворачивалась борьба на протяжении дня [1].

Так как борьба между ними никогда не прекращается, движение цен не может выглядеть как непрерывный подъем или спад, а представляет собой последовательность волновых колебаний – подъемов и спадов. При этом, чтобы появился сдвиг в одном из направлений, необходимо, чтобы суммарная величина движения в побеждающем направлении была хотя бы чуть-чуть больше, чем в противоположном. Если силы "быков" и "медведей" равны, то цены будут колебаться около некоторого среднего значения.

Когда тренд сформировался и движение цен становится отчетливым, часть неприсоединившихся (нейтральных) участников могут попытаться присоединиться к победителям, что усилит главенствующее движение. Это движение заканчивается, когда силы победителей иссякают. Тогда большинство неустойчивых и слабонервных уходят с этого тренда. И даже если они и не присоединятся к противоположной партии, то ликвидацией своих позиций всё равно помогают противникам заканчивающегося тренда.

Рынок может ожидать какую-то новость, и под давлением торговать из якобы будущей ситуации, создавая неистовый подъем или спад в отрасли, но после того как становится ясно, что событие не произойдет, рынок может прийти к обратному значению. При этом могут возникать даже ценовые разрывы, когда за ночь скопилось такое количество информации, что рынок открывается с другой ценой, отличной от цены закрытия предыдущего дня. Безусловно, такие изменения в цене характеризуются лишь чрезмерной паникой, то есть настроениями [3].

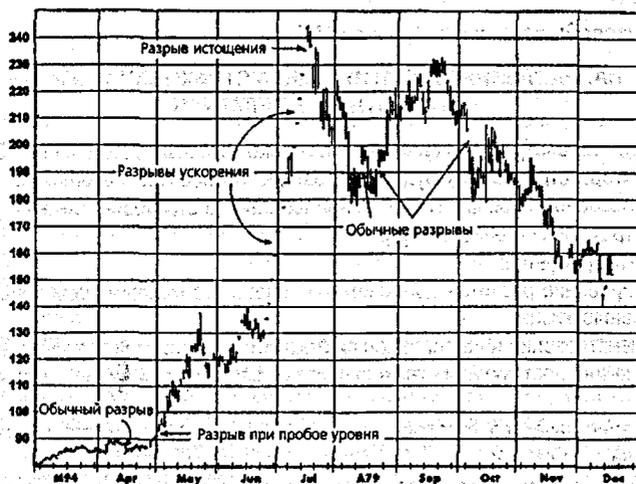


Рисунок 2 – График с изображением ценовых разрывов.

Существует 4 основных вида разрывов:

Обычный разрыв (пример на рисунке выделен левее). Наблюдается при боковом движении цен на рынке при небольшом объеме торгов. Указывает на низкий интерес к финансовому инструменту при его текущей цене.

Разрыв при пробое уровня (пример на рисунке выделен правее). Происходит при начале значительного движения цены финансового инструмента при большом объеме торгов.

Разрыв ускорения. Встречается в середине ценового движения при повышенном интересе к финансовому инструменту. Указывает на продолжение движения цены в текущем направлении.

Разрыв истощения. Указывает на разворот направления движения цены при очень высоком объеме торгов [4].

Таким образом, рыночная цена на рынке чистой конкуренции не является уровнем ценности, как утверждают некоторые теории, из-за воздействий на ее формирование настроений. Очень важно отметить, что рынок молниеносно реагирует на какие-либо со-

бытия, новости и может опережать изменение потребности в товаре. Для определения равновесной цены или ценности следует учитывать все настроения, присутствующие на рынке. Существуют также индикаторы технического анализа, позволяющие измерять настроения и определять их средний уровень. Примерами являются такие индикаторы как: Сила быков/медведей, скользящее среднее соответственно.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Элдер, А. Трейдинг с доктором Элдером. Энциклопедия биржевой игры. – 3-е изд., испр. и доп. – 2009.
2. Элдер, А. Как играть и выигрывать на бирже. – 4-е изд., испр. и доп. – 2007.
3. Швагер, Д. Технический анализ. Полный курс. – 7-е изд., испр. и доп. – 2008.
4. Швагер, Д. Технический анализ. Полный курс. – 1-е изд. – 2001.

УДК 368.042.000.0

Ханцевич Е.С.

Научный руководитель: к.э.н. Козинец М.Т.

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА СТРАХОВАНИЯ ЖИЗНИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В соответствии с «Программой социально-экономического развития на 2011-2015 гг.» развитие сектора страхования будет направлено на повышение ёмкости, надёжности, конкурентоспособности, эффективности национального страхового рынка и уровня капитализации страховых организаций [1].

Для этого потребуются:

- стимулирование развития добровольных видов страхования, особенно относящихся к страхованию жизни;
- совершенствование национальной системы страхования экспортных рисков;
- развитие инфраструктуры страховых организаций, в том числе в малых и средних городах;
- повышение качества страховых услуг и внедрение новых страховых продуктов, востребованных на рынке;
- внедрение современных, соответствующих международным принципам стандартов надзора и регулирования страховой деятельности [1].

По предварительным прогнозам ожидается, что страховые взносы на душу населения возрастут более чем в 6 раз, отношение активов сектора страхования к ВВП к концу пятилетия достигнет 2 процентов [1].

Существует два различных вида страхования жизни:

- рисковый (единоразовый взнос и крупная разовая выплата при наступлении страхового случая);
- накопительный (аккумулирование взносов на счете клиента и выплата полной накопленной суммы с бонусами и инвестированным доходом по окончании срока действия полиса. При внезапном наступлении страхового случая вся страховая сумма выплачивается сразу) [2].

Наиболее распространён в Республике Беларусь рисковый вид страхования, в рамках которого можно выделить две формы страхования: обязательное и добровольное. Причём наибольший ассортимент страховых программ встречается именно в добровольном страховании, что, однако, не говорит о его популярности и достаточной развитости.

Среди рискованных видов страхования встречаются: страхование от несчастного случая, страхование выезжающих за рубеж, страхование женщин, детей, а также медицинское страхование [2].

Если рассматривать медицинское страхование как отдельное направление страхования жизни, то оно существует в РБ только в добровольной форме. Обязательное медицинское страхование в РБ распространяется только на иностранных граждан.

Добровольное страхование осуществляется на основе договора между страхователем и страховщиком. Правила добровольного страхования, определяющие общие условия и порядок его проведения, устанавливаются страховщиком самостоятельно в соответствии с положениями Закона «О страховании». Конкретные условия страхования определяются при заключении договора страхования [3].

Недостаточное развитие добровольного страхования, особенно по видам страхования, относящимся к страхованию жизни, – главная проблема развития страхового рынка в республике. Анализ развития видов страхования, относящихся к страхованию жизни, показывает, что страховые организации ориентированы главным образом на заключение договоров с организациями, а не на непосредственную работу с гражданами. Это связано с недостаточно высоким уровнем доходов, низким уровнем развития страховой культуры населения, отдельных страховых посредников и менеджмента большинства страховщиков, отсутствием достаточных экономических и налоговых стимулов для населения.

Как одно из направлений совершенствования национальной системы страхования выступает введение обязательного медицинского страхования (ОМС).

Обязательное медицинское страхование относится к системе социального страхования и является ведущим видом медицинского страхования в странах с социальной рыночной экономикой [3].

Обязательное медицинское страхование – вид обязательного социального страхования, представляющий собой систему создаваемых государством правовых, экономических и организационных мер, направленных на обеспечение при наступлении страхового случая гарантий бесплатного оказания застрахованному лицу медицинской помощи за счёт средств обязательного медицинского страхования в пределах программы обязательного медицинского страхования.

В странах, в которых действует программа ОМС, она распространяется на всех без исключения граждан страны. Любой гражданин, независимо от уровня доходов, пола или возраста, обладает правом доступа к бесплатным медицинским услугам, предусмотренным программой ОМС. При этом люди с разным уровнем дохода уравниваются в правах, – каждый из них имеет право на один и тот же пакет врачебной помощи.

Однако введение в ближайшее время такой системы в Республике Беларусь вряд ли возможно, поскольку на её пути слишком много препятствий.

Любое принуждение приводит к тому, что:

- тарифы неадекватны. Страховщики могут понести неоправданные убытки и начать отказываться от продажи такого продукта;
- условия жёстко прописываются в соответствующем постановлении, и страдает клиент (для расширения покрытия нужно заключать ещё один договор помимо обязательного).

Конечно же, для введения обязательного страхования нужно соответствующим образом изменить правовое поле и принять необходимые нормативные документы.

Однако это можно легко решить, перенеся опыт европейских государств и соседних стран.

1 января 2011 г. в РФ вступил в силу закон «Об обязательном медицинском страховании», который предусматривает страхование по двум программам: базовой и территориальной [4].

В минимальный набор бесплатных страховых услуг входит:

- предоставление экстренной медицинской помощи в неотложных случаях, таких как роды, травматические ситуации, острые отравления;

- амбулаторное лечение пациентов с хроническими заболеваниями;

- роды, аборт, травмы, острые состояния – лечение в стационаре;

- медицинская помощь на дому для пациентов, которые не могут самостоятельно передвигаться;

- оказание комплекса профилактических услуг для инвалидов, беременных женщин, детей, ветеранов, онкологических больных и пациентов с психическими расстройствами; реабилитация людей, перенесших инфаркт миокарда и инсульт [4].

Программа обязательного медицинского страхования предусматривает весь комплекс стоматологических услуг для детей и студентов, матерей с детьми до 3-х лет, беременных, ветеранов. Кроме того, существует система обеспечения медикаментами для категорий населения, пользующихся специальными льготами [4].

Если у гражданина возникает необходимость в медицинской помощи, он предъявляет в поликлинике страховую полис и удостоверение личности.

Надо иметь в виду, что полис обладает силой лишь на территории той страны, в которой он заключён. И в этом заключается один из главных его недостатков.

Будучи добровольными, такие виды страхования, как страхование жизни от несчастных случаев и медицинских расходов практически не развиваются.

Обязательное медицинское страхование обеспечивает социальную справедливость, равенство и доступность основных видов медицинской помощи в соответствии с программами обязательного медицинского страхования. Добровольное медицинское страхование не ставит этих задач; оно ориентировано на сервисное дополнительное медицинское обслуживание застрахованных по программам добровольного медицинского страхования, организованного на основе свободного соглашения субъектов страхования, закрепленного договором.

Однако обязательные виды страхования имеют также серьезный недостаток – унифицированность условий, тогда как каждый человек требует индивидуального подхода в каждом конкретном случае, ибо люди одинаковой возрастной группы могут иметь очень существенные различия в состоянии здоровья.

В силу того, что возможности программы ОМС не распространяются на страховые случаи, не предусмотренные программой ОМС, необходимо позаботиться и о дополнительных видах страхования. В рамках этого наиболее перспективной в Республике Беларусь представляется возможность обеспечения комплексного дифференцированного страхования здоровья при разумном сочетании обязательного и добровольного медицинского страхования.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011-2015 гг.

2. Электронная энциклопедия [Электронный ресурс] / «Виды страхования». – Режим доступа: <http://wikipedia.org>. – Дата доступа: 05.03.2011.

3. Страхование: учеб. пособие / М.А. Зайцева, Л.Н. Литвинова, А.В. Урупин [и др.]; под общ. ред. М.А. Зайцевой, Л.Н. Литвиновой. – Мн.: БГЭУ, 2001.

4. Об обязательном страховании в Российской Федерации: Федеральный закон Российской Федерации от 29.11.2010 г. № 326-ФЗ.

ВЗГЛЯД ВЧЕРАШНЕГО ПОДРОСТКА НА ПРОБЛЕМУ «СОВРЕМЕННОСТЬ И «ТРУДНЫЕ ПОДРОСТКИ»

*Слишком много загадок узнатают на Земле человека.
Ф. Достоевский*

Общеизвестно, что регуляция своего поведения маленьким ребенком носит ситуационный характер и определяется сиюминутными импульсивными желаниями и интересами, т.е. ребенок, по выражению психолога Л.И. Божевича, [1] является «рабом» конкретной ситуации. И только лишь на четвертом году жизни у него начинает формироваться важнейший компонент психики – волевая и целостная личностная регуляция.

Однако некоторая часть подростков так и остается «рабом ситуации», т.е. переходит в ранг «трудных подростков». Что же лежит в основе формирования таких личностей? Это, как подтверждают достаточно многочисленные жизненные примеры, одно или комплекс наложенных «трудных состояний».

Термин «трудное состояние» был впервые введен в научную практику Ф.Д.Горбовым [2]. Под ним понимались все психические явления, связанные в реакции здорового организма на возникновение чрезвычайно сложных условий.

Все «трудное состояние» в повседневной жизни можно подразделить на четыре группы:

- психические состояния, вызванные чрезмерной психофизиологической мобилизацией организма (стресс, тревога, фрустрации и т.п.);

- психические состояния, формирующиеся под влиянием непривычных или неблагоприятных факторов внешней среды (утомление, монотония, депрессия, одиночество и т.п.);

- предневротическое состояние, проявляющееся в виде навязчивых страхов (фобий), способствующих развитию навязчивых мыслей и действий;

- тупиковое состояние, связанное с кризисом личностной мотивации.

Известно, что главной функцией психики является уравнивание деятельности организма с постоянно изменяющимися условиями внешней среды. Любой избыток эмоционального напряжения, а в подростковом возрасте он присутствует практически всегда, при невозможности естественной разрядки вызывает формирование явления «застойного возбуждения» (стрессы, доминантные состояния, фрустрации, тревога и т.д.).

Стресс – это особое состояние приспособления человека к новым условиям существования. Следует разделять психические и системные стрессы. Загрузка учебной работой, подмена общения компьютером и телевизором, повышенная требовательность и ответственность за свои действия в школе и дома, негативные факторы экологической среды (шумы, запахи, вибрации, загазованность), личностные противоречия с друзьями, неблагоприятная семейная атмосфера – вот основные стрессовые факторы.

Не меньшее значение имеют в жизни подростков и доминантные состояния, являющиеся фактически разновидностью стрессов, в которых напряженность безотчетно или сознательно смещается в сферу внимания. Наиболее часто проявляются состояния ожидания – контрольная работа, экзамен, неприятная встреча со взрослыми и т.п., приводящие к повышенной тревожности и неуверенности в себе. В результате сильного волнения наступает усталость еще задолго до события, даже если это празднование дня рождения.

Фрустрация (обман, тщетное ожидание), после стресса, наиболее распространенный вид «трудного состояния», в котором может оказаться не только подросток, но и взрослый человек. В повседневной жизни фрустрационные ситуации связаны с широким диа-

пазоном потребностей, и их можно разделить на две группы – биологические и социальные, для которых характерны следующие признаки отрицательных переживаний: отчаяние, тревога, раздражение, разочарование и «чувство лишения».

Как показывает жизнь, распространение фрустрации связано с ростом культурного и экономического уровня общества, который приводит к росту потребностей у подростков, а полностью их удовлетворить родителям не всегда и зачастую бывает невозможным.

Возникновение фрустрации и ее выраженность, наряду с объективными обстоятельствами, зависит от особенностей личности подростка, от его «способности терпеть». Отсюда все многообразие внутриспсихических конфликтов позволяет свести их к четырем типам: «нежелаемое-нежелаемое»; «желаемое-желаемое»; «желаемое-нежелаемое»; «двойной конфликт с тенденциями – влечения и избегания».

Наиболее характерен и опасен для подростка двойной конфликт, так как он требует выбора одной из линий поведения: желаемый путь к нежелаемому результату или нежелаемый путь к желаемому результату.

Тревога – состояние, которое хорошо знакомо каждому человеку. Обычно тревога характеризуется как чувство неопределенного беспокойства или ощущение неопределенной угрозы, характер и время которой не только неизвестны, но даже не поддаются и прогнозу.

Для подростков тревога обычно проявляется во внутренних переживаниях, вызванных возможными и вероятными неприятностями или задержкой желаемого и приятного. При этом уровень тревожности в большей степени определяется личностными свойствами характера, чем реальной ситуацией.

Ф.Б.Березин [3] определил семейство «тревожного ряда»: ощущение внутренней напряженности; нарастание тревоги; собственно тревога; страх; ощущение безысходности; дезорганизация поведения.

Собственно тревога обычно связана с недостатком информации или информацией, находящейся в противоречии с представлением подростка о его собственной личности («со мной не может быть такого», «это не для меня» и т.п.). А психологическая неприемлемость такой ситуации приводит к формированию страха (толпы, поездки в автобусе или троллейбусе, одиночества и т.п.). А уже ощущение безысходности вызывает повышенную активность, панические поиски помощи и полную дезорганизацию поведения.

Не менее важно и понимание тревожных состояний противоположных стрессу – монотония и одиночество.

Монотония характеризуется сниженным уровнем жизнедеятельности, в результате воздействия однообразия, т.е. снижения внешней стимуляции. При этом монотония учебного (рабочего) процесса и жизненных условий проявляется весьма различно как по глубине отрицательных воздействий (количественно), так и по длительности их влияния (качественно). Проявлением рабочей монотонии является ослабление воли, притупление остроты внимания, снижение сообразительности и понимания, затруднения в решении даже простых логических задач, сонливость, потеря интереса к учебе и активной жизненной позиции. При этом развивается неприятное эмоциональное переживание. В некоторых случаях монотония может вызывать более стойкие состояния скуки и апатии [4].

Что касается состояния одиночества, то оно вызывается недостатком внешней стимуляции. Следует отметить, что это состояние настолько экстремальное и стрессовое, насколько подросток сам воспринимает его как таковое [5, 6].

Вместе с тем чувство одиночества полезно и необходимо как средство восстановления самой самости и самосовершенствования. Формирующейся личности просто необходимо периодически оставаться наедине с собой, со своими мыслями и чувствами, со своими сомнениями и тревогами, находить лишь в самом себе и слушателя, и собесед-

ника, и советчика, и утешителя. Однако одиночество может быть и даже стать стилем жизни, о чем свидетельствует распространенное ранее отшельничество, а сегодня – бродяжничество.

По своим внешним проявлениям с состоянием монотонии схожа скука, являющаяся результатом монотонной жизни, но она имеет более сложную природу, ибо проявляется там, где теряется смысл в учебе, работе и даже в жизни.

В настоящее время значительная часть не только молодежи, но и старшего поколения не представляют истоков многих традиций, которые во многом формируют жизненные установки и определяют поведение в повседневной жизни. А ведь без ощущения связи с прошлым теряется ощущение глубины и наполненности существования, размышляются жизненные цели, что приводит к постепенной утрате осмысленности жизни. Тягостное состояние безделья и бессмысленного отдыха, ощущение своего одиночества, зажатости в узкие рамки общества потребления приводят подростка к сдвигу его жизненных установок. А это и есть основная причина поиска эрзаца, заменителей подлинных человеческих ценностей и увлечений.

Именно с бессмысленным досугом связан рост молодежного алкоголизма, юношеской преступности и сексуальных извращений. При этом преступления чаще всего немотивированные в жесткой форме, а жертвами насилий и убийств становятся обычно совершенно случайные люди.

В некоторых случаях скука приводит подростка к состоянию – «болезненной праздности». Если он лишен ежедневных полноценных трудовых нагрузок и забот о близких (братьев, сестер, родителей), то у него формируется отвыкание от систематической трудовой деятельности и нормальных социальных контактов, от общения с внешним миром и замена его на виртуальный. А это закрепляет умственную неактивность и формирует в сознании право на «пофигизм», «ничегонеделание», «отдохнуть по-настоящему и т.п.».

Все это позволяет отметить, что личность подростка – это не столько телесно-физическая, сколько психическая реальность. И поэтому ведущей стороной личности подростка является духовная сфера, т.е. система социальных морально-этических ценностей. И от того, как он способен осознавать и перестраивать не только внешний, но и собственный внутренний мир, зависит и способность сделать правильный выбор из желаемого и должного, интересного и опасного, скучного и полезного и т.д.

Бесспорно, многогранность проявлений личности не так уж редко оказывается предпосылкой для порождения нескольких мотивов поведения, равных по значимости, но зачастую взаимоисключающих друг друга.

Такая же внутренняя борьба может возникать и вследствие особенностей характера, но никакая «трудная ситуация» не способна в обязательном порядке «родить трудного подростка», у которого не заложена способность правильной ориентации, т.е. отделения главного от второстепенного, и осознания простого факта, что жизнь не прогулка или игра, и требует прежде всего мужества и, как минимум, мужественного отношения к себе. Понимание этого тезиса и является ключом к решению проблемы «трудных подростков».

Список цитированных источников

1. Божевич, Л.И. Общение с собой / Л.И. Божевич, Л.П. Гримак. – М., Политиздат, 1991.
2. Донченко, Е.А. Личность: конфликт, гармония / Е.А. Донченко, Г.М. Титаренко. – К., Политиздат, 1989.
3. Копейна, М.С. Самоорганизация в становлении индивидуальности / М.С. Копейна, Ф.Б. Берзин // Наука и мир. – Пермь, 1988.
4. Берн, Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. – М.: Мысль, 1988.
5. Ангел, Е. Мифы потрясенного сознания // Наука и мир. – М., 1979.
6. Кемпински, А. Психопатология неврозов // Наука и мир. – К., 1982.

ПРОБЛЕМЫ ПОЗНАНИЯ СУЩНОСТИ ЧЕЛОВЕКА У УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ

Человек сам по себе глубок.

Но живет он, не заглядывая внутрь.

*Чаще всего так и уходит из жизни,
не познав своих возможностей.*

В. Распутин

«Чужая душа – потемки» гласит известная поговорка, подчеркивая трудности проникновения в особенный, внутренний мир любого из нашего окружения. «А кто Я?» – не менее риторический вопрос для юношей и девушек, вступающих в жизнь.

Восприятие собственного зеркального отражения является начальным моментом и исходной основой познания человеком своей сущности. И для ребенка и для взрослого «смотрение в зеркало» начало перехода пассивной фазы процесса «восприятия самого себя» в активную – «создание собственного образа «Я», соотношенного с внешними представлениями и впечатлениями [1].

Не случайна «магия зеркала» сохраняется на протяжении веков и маловероятно, что ослабнет когда-нибудь вообще.

В юности же тяга к зеркалу, когда внешность «определяет всё», оказывается важнейшим показателем качеств личности. Подростки проводят перед зеркалом долгие часы, стремясь сделать свою внешность экстравагантной и как можно привлекательнее.

Научно доказано, что до четырехмесячного возраста у ребенка отсутствует любая реакция на зеркало. Только с четвертого месяца он начинает реагировать на собственное отражение. Но если ребенок воспринимает отражение как свою копию, то подросток настоящего своего лица в зеркале практически не видит. Это определяется двумя причинами: первая – наше лицо обладает асимметрией и поэтому зеркальное отражение будет иметь направление противоположное естественному, что делает его необычным; вторая – готовясь рассматривать себя, подросток принимает определенную позу, меняющую выражение лица и приводящую к потере непосредственности и непринужденности.

Поэтому подростки, со своим обостренным чувством максимализма, зачастую видят не привычного себя, а какого-то собственного двойника, к которому могут испытывать чувство антипатии; а иногда и ощущение отчужденности [2, 3, 4].

Отсюда «Я» необходимо рассматривать как один из компонентов личности – отношение человека к самому себе, т.е. оно должно выражать целостность и единство следующих психологических составляющих:

- идентичность представления о своей индивидуальности;
- определенность самооценки и самоуважения;
- конкретное единство ценностных ориентаций, интересов и склонностей.

Все составляющие «Я» – настоящее «Я» (каким я вижу себя сейчас), динамическое «Я» (каким я хочу стать), фантастические «Я» (каким я должен быть), представляемое «Я» (маска, скрывающая подлинные переживания) зависят от социального опыта подростка и идентификации с той или иной социальной группой. При этом единство и устойчивость «Я» определяют всю последовательность поведения подростка.

Основным показателем устойчивости «Я» является чувство уверенности в себе. Если у подростка «Я» подтверждает правильность его поведения, то он испытывает чувство самоуважения и соответственно самоуверенности.

Расстройство «Я» (раздвоение личности) практически всегда приводит к ощущениям незащищенности, уязвимости, дискомфорту и, главное, неуверенности в себе. А без

уверенности в себе не эффективен ни один вид деятельности, как в учебно-производственной, так и во всех других сферах повседневной жизни.

Самоуверенность, как показатель уверенности в себе, появляется только тогда, когда самооценка адекватна реальным возможностям. Если она выше, то обязательно проявится неуверенность в себе или излишняя самоуверенность [5, 6, 7].

А как показывает жизнь, неуверенность в себе как и излишняя самоуверенность часто становятся причинами эмоциональных переживаний, приводящих к самым нежелательным последствиям.

Воспитание чувства уверенности в себе требует у подростка выработки внутренних установок, соответствующих личным притязаниям. Поэтому основы самоуверенности должны закладываться еще в раннем детстве, при этом, первичным является формирование четкого образа «Я», т.е. глубокое понимание себя [8].

Современное воспитание школьников-подростков чаще всего навязывает им стереотипный образ мыслей и стиль поведения, что явно не способствует развитию чувства уверенности в себе. Система обучения на всех этапах, от садика до университета, включает самостоятельность в учебе и жизни, а это не позволяет приобрести собственный опыт, навыки и умение применять полученный опыт и знания, т.е. заставляет не доверять себе, а ориентироваться на какие-то мифические образы и штампы.

Формирование «здоровой» самоуверенности требует доверия к собственному жизненному опыту, каким бы скромным он не был. Готовность ответить окружающим (обществу) или хотя бы самому себе однозначно «да» или «нет» – на простые или зачастую совсем непростые вопросы, которые постепенно ставятся самой жизнью, – основной признак сформированного и зрелого «Я». При этом необходимым условием внутреннего роста и совершенствования является искренний анализ своих и неудач, и успехов, при этом, что как неудачи, так и успехи, нельзя однозначно объяснять лишь стечением обстоятельств или случайностей.

Отыскание их истинных причин и, главное, в самом себе – тяжелейший труд, но без этого будущее чревато самыми нежелательными последствиями.

Процесс становления и развития «Я», кроме анализа и коррекции своего видения реальной жизни и взаимоотношений, тесно связан с внушаемостью и контрвнушаемостью. В ходе общения с другими каждый подросток получает определенное информационное воздействие, обладающее той или иной силой внушения и побуждающее к одним делам и поступкам и удерживая от других, регулирующее его деятельность и активность и т.п.

Вместе с тем, в процессе общения воздействиям внушения противостоит процесс контрвнушения – внутреннего сопротивления, навязываемого из вне, что и обуславливает сохранение «Я» своей самобытности, самостоятельности и неповторимости.

В целом, контрвнушаемость избирательна и зависит от возможности личности проверить истинность того, что ей внушается. При невозможности такой проверки или недостаточности объективных знаний, что характерно для подростков, контрвнушаемость резко снижается.

Контрвнушаемость может быть намеренная и ненамеренная, индивидуальная и групповая, общая и специальная. И как ни странно, наиболее действенна самая безобидная на первый взгляд контрвнушаемость – ненамеренная общая групповая, так как для подростковой среды характерно проявление «уличной» организации – с принципом «нас много и нам все пофиг».

Ну и бесспорно необходимым компонентом «Я», придающим стабильность и устойчивость, является осознание самого себя во всех своих связях – в социальной системе и системе окружающей среды, т.е. собственного выбора понятий морали и нравственности.

И более, чем очевидно, что нормы морали усваиваются подростками не столько в силу устоявшихся традиций, давления окружающих и их мнения, сколько в процессе овла-

дения опытом жизни в обществе.

Следует отметить, что сегодня чрезмерная приверженность подростка внешнему воздействию стала причиной духовной несостоятельности, слабой требовательности к самому себе, полному отсутствию внимания к своему внутреннему духовному миру. А ведь работу по созданию себя как личности нельзя переложить на плечи другого, она у каждого – собственная. Окружающие условия только способствуют или тормозят формирование личности, но сделать за нее нравственный выбор никто не в состоянии. Очень образно это выразил известный поэт Сергей Есенин:

«Ах ты, ночь! Что же ты наковеркала. Я стою, никого рядом нет: я один ... и разбитое зеркало ...».

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Горбов, Д.Ф. «Я» – второе «Я» // Знание – сила. 1970, № 9.
2. Платонов, К.К. О системе психологии. – М., Мысль, 1972.
3. Зейгарник, Б.В. Саморегуляция поведения в норме и патологии. – М., Мир, 1989.
4. Распутин, В. От роду и племени // Огонек, 1986, № 43.
5. Левитов, Н.Д. О психических состояниях человека. Наука и мир, М., 1964.
6. Березин, Ф.Б. Психическая и психофизиологическая адаптация человека. – Л., Мир, 1988.
7. Прайор, К. Не рычите на собаку // Наука и жизнь, 1988, № 1.
8. Карнеги, Д. Как перестать беспокоиться и начать жить. – М., Мир, 1989.

УДК 159.9:618.8+53.51

Шведовская Д.В.

Научные руководители: д.и.н., проф. В.М. Стрелец, к.т.н., проф. П.В. Шведовский

РОЛЬ ВЗАИМНОГО ОБЩЕНИЯ И ОБЩЕНИЯ С СОБОЙ В ФОРМИРОВАНИИ И РЕАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ

*Из всех приключений, уготованных нам жизнью, самое важное и интересное – отправиться в путешествие внутрь самого себя.
Ф. Феллини*

Согласно психологическому словарю «Общение – это взаимодействие двух и более людей, состоящее в обмене между ними информацией познавательного или эффективно-оценочного характера и практическом взаимодействии, удовлетворяющем особую потребность человека в контакте с другими людьми».

Отсюда, человек из «разумного животного» и «рационального существа», согласно классическому определению Человека, может стать Личностью (человеком достойным своего разума) только интенсивно общаясь с себе подобными [1].

Люди–«маугли», которые росли и «воспитывались» в стае животных, теряют способность к последующему развитию человеческой речи и нормальному общению. Даже оказавшись среди людей, они редко могли адаптироваться к полноценной жизни в человеческом обществе.

Следовательно, общение с подобными себе с первых дней рождения – обязательное условие полноценного развития личности.

Более того, общение в детстве, как никогда, должно быть положительно эмоциональным, потому что признание, приветливость и любовь потом переходят и во взрослую жизнь и способствуют в будущем установлению психического равновесия, снижению остроты конфликтов, стрессовых состояний и самое главное – повышению оценки собственной социальной значимости [2].

Общение также учит поиску способов разумного разрешения «неразрешимых» конфликтных ситуаций посредством гармонизации отношений и поведения, т.е. приобретению опыта социальной адаптации и самосовершенствования.

Ограниченность межличностных контактов, особенно на фоне бытового однообразия, практически всегда обуславливает сенсорный голод, который проявляется в скуке, лени, раздражительности и агрессии. И тогда человек всегда ищет доступные ему новые впечатления – в экстремальных приключениях, антисоциальных знакомствах, испытании неизвестным, что в конечном итоге зачастую способствует ускоренному формированию отрицательных личностей (мошенников, «пустышек», мерзавцев, «отморозков», подлеев, бичей, бомжей и т.д. и т.п.) [3].

Отсюда, главной функцией межличностного общения является приобретение опыта устранения противоречий, порождающих непримиримость, а иногда и враждебность и поиска взаимоприемлемых решений.

Не менее существенен и тот факт, что только межличностное общение учит человека общаться с самим собой, т.е. автокоммуникации, а этому у нас нигде и никто не учит. Многие ли сегодня знают, что общение с самим собой является обязательным условием нормальной психической деятельности, которая и определяет работоспособность, самочувствие, настроение и состояние физического, духовного и душевного здоровья.

Следует также отметить, что функция общения с собой выполняет и важнейшую регулятивную роль. Современный человек боится оставаться наедине с собой. И боится этого потому, что, когда он остается один и ему не с кем поговорить о своих проблемах, он больше не разговаривает даже сам с собой о себе самом.

Внутренний диалог является важнейшей предпосылкой и для разговора, для общения с другими. Теряя его, человек теряет и основное побуждение к межличностному общению.

Кроме того, у такого человека ослабляется деятельность психологических механизмов, стимулирующих активность для преодоления внешних и внутренних трудностей на пути к осуществлению поставленных целей.

Сегодня, будучи постоянно устремленным во внешний мир, человек зачастую не знает, что делать с собой, когда остается в одиночестве. И он бездумно разделяет его с примитивной «продукцией» телевизора, оглушает себя «тяжелой» музыкой, томится бездельем – в лучшем случае, а в худшем – алкоголь, наркотики и безумные поступки.

Когда складывающаяся ситуация вынуждает человека обратить внимание на самого себя, разобраться в собственных ощущениях, мыслях и переживаниях, он нередко впадает в другую крайность: теряет всякий интерес к окружающей действительности, полностью замыкается в собственных проблемах.

Общение с собой теснейшим образом связано и с таким психологическим явлением, как переживание, являющимся формой деятельности, направленной на восстановление душевного равновесия, утраченной осмысленности существования, на «производство смысла» в жизни. Нарушение же нормального хода этого вида деятельности всегда проявляется различными личностными проблемами и даже функциональными заболеваниями.

Продуктивное общение с собой предполагает, что человек способен хорошо различать и оценивать жизненные смыслы, принятые в социальной среде, и, в случае необходимости, адаптироваться к изменениям.

Все это подтверждает факт, что у каждого человека, как субъекта жизни, два способа существования и соответственно два отношения к жизни. Первый – жизнь в сложившихся условиях повседневного быта, не выходящая за пределы межличностных связей – отец, мать, друзья, учителя, т.е. отношения связаны с отдельными частными явлениями, интересами и проблемами, но не с жизнью в целом.

Проблемы общения с собой еще практически ни у кого не актуализируются. «Такая жизнь, когда в ней крепки связи с другими людьми – самый надежный оплот нравственности как естественного состояния – в непосредственных связях человека с другими людьми, друг с другом. Здесь нравственность существует как невинность, как неведение зла, как естественное, природное состояние человека, состояние его нравов, его бытия» [5].

Второй – жизнь в самопознании своих внутренних состояний и действий, т.е. рефлексия, позволяющая осмысливать как окружающий мир, собственные действия, так и смотреть на окружающий мир со стороны.

И бесспорно, так как рефлексии не присуще активное начало, как общению, то для большинства людей любая проблема, превратившись из внешней во внутреннюю, кажется им практически неразрешимой. Поэтому с детских лет человек привыкает к мысли, что действовать нужно только «наружу», а все, что находится «внутри» недоступно, т.е. к всему внутреннему он бессилён, ибо не знает как подступиться и как воздействовать.

Все это позволяет четко определить сущность и «инструмент» общения – образ и речь, а более конкретно – обращение и ответ.

Человеку всегда кажется, определенность и точность (проблемы типа «быть или не быть», «как должно быть», «Я» и «не-Я» и т.д.) возможна только при участии чужой мыслительной способности и не так важно какого уровня.

И самое трудное в формировании личности осознать, что мыслить можно и при разговоре с самим собой и слыша самого себя, т.е. основа общения с самим собой – собственная внутренняя речь и диалог. Эта сущность хорошо подмечена Ф.М. Достоевским «знатоком глубин души человеческой»: – «Жить – это значит непрерывно общаться с самим собой» [6].

Конечным результатом общения с собой всегда является личное поведение человека в повседневной жизни и выбор способов действий.

Следует отметить, что способность общения с собой развита у каждого человека в различной степени, подвержена значительным колебаниям, в зависимости от возраста и окружения, и от нее зависит гармония его отношений с другими людьми, собой, природой и способность к личностному развитию, готовность совершать добрые поступки и противостоять злу и несправедливости [7].

Все это подтверждает, что формирование, утверждение и реализация личности не может быть результатом лишь жизненно складывающихся обстоятельств. Исторически человек потому и прогрессировал, что постоянно в общении старался отделить продуктивные и бесполезные действия, плохие и хорошие поступки и т.п.

И сегодня жить в той напряженной обстановке, которая характерна для нынешнего этапа развития общества, может помочь только предельно недвусмысленный самоотчет в целесообразности своей деятельности и высокая моральная ответственность за свое социальное поведение, основу которых и составляет общение с собой.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Платонов, К.К. Краткий словарь системы психологических понятий. – М., Мысль, 1984.
2. Абульханова-Славская, К.А. Деятельность и психология личности. – М., Минск, 1980.
3. Кестлер, А. Слепящая тьма // Нева, Л., 1988, № 7.
4. Левитов, Н.Д. О психических состояниях человека. Наука и мир, М., 1964.
5. Рубинштейн, С.П. Проблемы общей психологии. – М., Мысль, 1996.
6. Понтик, И. Поиск нравственных ориентиров // Наука и религия, 1987, № 9.
7. Василюк, Ф.Е. Психология переживания. Политиздат, М., 1986.

УДК 338.534

Шпаков О.А.

Научный руководитель: доцент Власюк Ю.А.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИМЕРНОГО БЮДЖЕТА МАРКЕТИНГОВОЙ КАМПАНИИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Прежде чем оценивать бюджеты на продвижение и создание сайта и считать эффект от его использования, крайне важно ответить на один простой вопрос. Большинство
128

фирм не задумываются над этим, сайт для них просто мода или какие-то предубеждения о том, «как должен выглядеть белорусский бизнес/бизнесмен во втором десятилетии 21 века».

Итак, этот вопрос:

Для чего создается сайт?

На сегодняшний день целей создания сайта множество:

- Продвижение бренда (содействие в продвижении);
- Увеличение продаж;
- Привлечение новых клиентов;
- Продажа товара/услуги;
- Рекламная площадка.

Неверное понимание назначения сайта порождает плохие сайты, не приносящие своему владельцу ничего, кроме затрат на их содержание (все мы часто встречаемся с информационными сайтами, на которых нет никакой полезной информации, либо с сайтами предприятий, на которых присутствует много рекламы).

Также в связи с этим возможно нерациональное использование средств на продвижение сайта либо полное отсутствие выгод, которые должен принести сайт по задумке создателей.

В данной статье рассматривается планирование основных затрат на создание корпоративного сайта. Это наиболее динамично развивающаяся на белорусском рынке (в последние 2-3 года) тенденция.

Первое, как говорилось выше, необходимо четко понимать, для чего нужен сайт:

1. Заявить о фирме, сформировать имидж компании.
2. Освободить сотрудников от ответов по телефону на самые распространенные вопросы потребителей (ассортимент, цена, качество и т.д.).
3. Ознакомление клиентов с деятельностью компании.
4. Стирание таких препятствий, как часовые пояса, расстояние, языковые барьеры и др.

В данном докладе опускается процесс создания сайта, подбор дизайна, выбор хостинга и др.

Теперь остается выбрать, какими путями сайт будет продвигаться к своей целевой аудитории. Данных методов очень много: черных схем (использующих спам и черную оптимизацию), а также белых схем (использующих общепринятые, прозрачные схемы). У каждого из них есть свои преимущества и недостатки. В статье будут рассматриваться исключительно «легальные» схемы.

Планирование самой рекламной компании и ее бюджета легче и нагляднее делать в табличной форме.

В первой колонке располагается наименование статей расходов. Вторая колонка предназначена для отражения затрат по запланированным мероприятиям, причем она может разбиваться на кварталы либо месяцы (в зависимости от специфики продвижения). Следующая колонка предназначена для оценки эффекта, который приносят запланированные мероприятия.

Таблица 1 – План бюджета на рекламную кампанию

Наименование статей расходов	Бюджет			Эффект
	март	апрель	
1	2	3	4	5
1				
2				
.....				
п				
Итого				

Для примера рассмотрим процесс продвижения корпоративного сайта автомагазина по продаже автомобилей BMW. В данном случае статьями расходов будет являться совокупность методов продвижения.

1. Метод продвижения при помощи поисковой оптимизации (подбор ключевых слов).

На данном этапе необходимо определиться с ключевыми словами (запросами, по которым сайт будет продвигаться в поисковых машинах и соответственно по которым его можно найти).

Эти слова должны отражать суть деятельности компании, ее цель, продукцию, услугу. Они в краткой форме призваны изложить специфику проекта. При этом следует избегать случайных и общих фраз.

Подбор ключевых слов проще осуществлять используя сервис «Статистика ключевых слов» «Яндекса». Исходя того, что сайт делается для продвижения продаж авто марки «BMW», выбираются ключевыми следующие слова/фразы: «купить авто», «BMW», «авто Брест», «купить BMW в Бресте» и т.д. Крайне важно при выборе ключевых слов ставить себя на место потребителя, попробовать «предсказать» его запрос, при этом принимая во внимание статистику.

Далее встает вопрос о стоимости продвижения – чем популярней запрос, тем сложнее «продвинуть» сайт на первые строки выдачи.

Происходит это из-за того, что множество фирм-конкурентов стремятся вывести свой сайт на первые места по популярным запросам, соответственно тут конкуренция достаточно высока. Следовательно и затраты на продвижение будут различаться в зависимости от популярности запроса.

2. Следующая статья затрат – контекстная реклама.

Этот метод раскрутки ресурса был придуман компанией «Google», в начале 2000-х, и успешно внедрен для коммерческого использования. В настоящее время он постоянно совершенствуется.

Контекстная реклама – способ продвижения сайта/товара/услуги в Интернете, с помощью которого реклама показывается исключительно тем пользователям, которые заинтересованы в ней.

Контекстная реклама очень популярна у владельцев малого и среднего бизнеса. Она является великолепным способом привлечения клиентов: всегда можно рекламировать то, что имеется в продаже только тому, кто в этом заинтересован.

Данный вид рекламы разделяется на поисковую и контекстно-зависимую.

К поисковой относится реклама, которая показывается при запросе пользователя к поисковой машине (не путать с выдачей – контекстная реклама отображается в правом верхнем углу страницы).

К контекстно-зависимой относят рекламу, которая отображается на тематических сайтах. При этом используется специальное программное обеспечение, позволяющее делать анализ страниц и впоследствии использовать только те страницы, которые подходят по контексту рекламного объявления.

Аналогом такой рекламы в реальном мире может быть реклама шин и дисков на шиномонтаже, очков в оптике или булочек в кружке для худеющих.

Крупнейшими системами контекстной рекламы в русскоязычном сегменте Интернета являются «Яндекс. Директ», «Бегун» и «Google AdWords».

При составлении объявления необходимо указать адрес сайта, само объявление. Также необходимо выбрать ключевые слова (о важности которых говорилось выше). Далее идут настройки таргетирования запросов (по региону, по часам, дням недели и т.д.).

Системы «Яндекс. Директ» и «Google AdWords» сами просчитывают примерный бюджет на такое объявление, показывая статистику запросов и уровень конкуренции по запросу. В среднем минимальный бюджет «Яндекс. Директ» – около 10 долларов США в неде-

лю, цена клика составляет около 30 коп. (за последние места и низкочастотные запросы) и может варьироваться в зависимости от запроса и конкуренции от 2 до 5-8 \$ за клик.

3. Последним пунктом планирования бюджета стоит техническое обслуживание сайта.

Эти работы включают в себя постоянные издержки на оплату хостинга, наполнение сайта актуальной информацией (модерация), отслеживание желаний посетителей на сайте, совершенствование юзабилити и т.д.

Данный комплекс работ важен в том смысле, что без него не возможно существование сайта. Без модерации информации сайт быстро перестанет быть привлекательным как для пользователей, так и для поисковых машин, что в свою очередь приведет к выкидыванию сайта из поисковиков.

Затраты на обслуживание варьируются от того, к какому типу относится ресурс: если это новостной сайт или интернет-магазин, очевидно, что его придется изменять практически каждый день, что в свою очередь повлечет дополнительные расходы. Корпоративный или имиджевый сайт (сайт-визитка) требует меньших изменений, а следовательно, и расходов.

Также плата за хостинг будет различаться для разных сайтов – для новостных сайтов или рекламных площадок, с большими нагрузками на сервер (из-за высокого трафика) оплата за хостинг может достигать нескольких тысяч долларов в месяц («Вконтакте.ru», «Одноклассники.ru», «Вести.ru» – таковыми не являются – у них намного больше).

Для корпоративного сайта трафик будет относительно небольшим – следовательно, для него хостинг будет колебаться в районе 10-100 долларов США в месяц.

В последней строке подводятся итоги по количеству запланированных мероприятий и суммарному бюджету на продвижение. Имея такой план, у которого существует относительно четкая структура затрат, легче ориентироваться в своих расходах, а также иметь ясную стратегию на развитие сайта в перспективе.

УДК 378: 316.422

Щитковец А.В.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Машинский В.В.

МЕХАНИЗМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИЙ

Особенность современного периода формирования многоукладной экономики показывает актуальность проблемы создания эффективного механизма финансирования инновационной деятельности. Нововведения, являясь результатом инновационной деятельности, в конечном счете способствуют повышению конкурентоспособности производства и эффективному развитию экономики.

Несмотря на это, материально-техническое, экономическое, финансовое состояние организаций и предприятий не способствуют развитию инновационных процессов в республике. Спрос на наукоёмкую продукцию отечественного производства падает. Белорусские производители постепенно теряют своё место даже на отечественном рынке, уступая его конкурентоспособной продукции зарубежных фирм. Важным элементом инновационного механизма, обеспечивающим эффективность управления и, как следствие, успех инновационной деятельности, является финансирование.

В рыночной экономике основную массу исследований и разработок осуществляют коммерческие фирмы, а т.к. инновационная деятельность – это достаточно капиталоемкий процесс, фирмы неминуемо сталкиваются с необходимостью поиска оптимальной структуры источников финансирования.

В качестве последних могут выступать собственные и привлеченные средства, средства бюджетов различных уровней и внебюджетных фондов. Максимальная эффектив-

ность создания, освоения и распространения инноваций, таким образом, зависит от наиболее оптимального "портфеля" инвестиций, поэтому предприятиям нередко приходится комбинировать различные варианты финансирования. Поэтому очень важно, исходя из сложившихся условий экономики, выбрать наиболее рациональный механизм финансирования инноваций и оптимальные источники денежных средств.

Инновационная деятельность требует поддержки государства и государственного стимулирования, что особенно важно на этапах её становления. Государственное регулирование инновационной деятельности является важнейшим инструментом развития экономики, содействует развитию национальной конкурентоспособности и повышению благосостояния населения.

Государство также заинтересовано в осуществлении предприятиями инновационных проектов, т.к сумма революционных инноваций повышает уровень научно-технического прогресса (НТП) в стране. Поэтому, субсидируя создание инноваций в частном секторе, государство косвенно решает одну из важнейших проблем – ускорение НТП.

Меры воздействия государства в области инноваций могут быть прямые и косвенные. Их соотношение определяется той экономической ситуацией, которая сложилась в стране и выбранной концепцией государственного регулирования.

Применение различных методов финансирования инноваций всегда актуально. Финансирование разработок может быть государственным, долевым и за счет субъектов различных форм собственности. Государственный заказ может быть реализован на основе заключения целевого контракта или предоставления кредита, в том числе льготного и по конкурсу. Использование долевого и льготного кредитования позволяет уменьшить расходную часть бюджета страны и направить высвободившиеся финансовые средства на проведение фундаментальных исследований [1].

Система финансирования – это один из основных инструментов реализации государственной политики в области инновационной деятельности. При ее отсутствии нельзя говорить об эффективном развитии инновационных процессов в республике. Также необходимо повысить ответственность за эффективное использование бюджетных средств.

Финансирование научной, научно-технической и инновационной деятельности является приоритетным направлением государственной бюджетно-налоговой политики [2]. Так же согласно ст.6 Закона «О государственной поддержке малого предпринимательства в РБ» от 16.10.1996 г. [3] финансовое обеспечение программ поддержки малого предпринимательства ежегодно осуществляется за счет средств республиканского и местных бюджетов, а также других источников. Объем обязательных ежегодных финансовых ассигнований выделяется в расходной части республиканского бюджета отдельной строкой по представлению Президента Республики Беларусь. Объемы финансирования из местных бюджетов определяются соответствующими исполнительными комитетами.

Форма государственного участия в финансировании инновационной деятельности из средств республиканского и местных бюджетов осуществляется через президентские, научно-технические программы (государственные, отраслевые, территориальные и межгосударственные), программы поддержки предпринимательства, инновационные проекты, участие государства в создании элементов инновационной инфраструктуры, подготовку кадров для инновационной деятельности.

Одним из важнейших источников финансирования является Белинфонд.

Белорусский Инновационный Фонд (Белинфонд) образован в соответствии с постановлением Совета Министров РБ от 12.11.98 г. № 1739 для усиления поддержки инновационной деятельности в РБ и в целях совершенствования инновационной деятельности, создания дополнительных условий для развития высокотехнологичных производств и повышения инновационной активности организаций [4]. Средства Белинфонда выделяются субъектам инновационной деятельности на конкурсной основе и на договорных

условиях. За время своего существования Белинфонд профинансировал свыше 30 инновационных проектов общей стоимостью более 2,5 миллионов долларов США. Три предприятия уже полностью рассчитались с фондом по взятым кредитам, выразив желание продолжить сотрудничество. Однако инновационные предприятия не осведомлены о возможности получения средств в Белинфонде. Опрос показал, что 48% предприятий ничего не знают об этом фонде, 49% знают, но не обращались к его услугам и только 3% привлекали средства Белинфонда для финансирования своей деятельности [5].

Программы финансирования средствами республиканских и местных бюджетов и специализированных внебюджетных фондов труднодоступны для инновационных предприятий РБ или непопулярны среди них. Одной из причин является долгое и сложное оформление как подачи заявки на проекты, так и отчетности по его выполнению.

Основным источником финансирования инноваций в Республике Беларусь являются собственные средства предприятий (85%). 39% предприятий в своей деятельности прибегают к использованию средств республиканского и местных бюджетов [5].

Подводя итог, можно предложить следующие направления совершенствования финансирования и управления инновациями для повышения эффективности инновационной деятельности в стране и, в конечном счете, стабилизации и устойчивого развития всей экономики.

Направления повышения эффективности инновационной деятельности:

Учитывая проблемы, стоящие перед научно-исследовательскими учреждениями, необходимо приветствовать создание инновационных организаций, предоставляя им на льготных условиях площади и оборудование.

Нуждается в постоянном совершенствовании нормативная правовая база, регулирующая инновационную деятельность.

Эффективность научно-инновационной деятельности самым тесным образом связана с выставочной деятельностью, с участием белорусских производителей в различных международных информационных сетях и организациях. Без государственной поддержки решить эти проблемы невозможно.

Следует более активно развивать лизинг дорогостоящего и уникального оборудования.

Подготовить проект и принять Инновационный кодекс Республики Беларусь, в котором закрепить принципы и механизм государственно-частного партнерства в области реализации инновационной и научно-технологической политики Республики Беларусь.

Стимулировать создание и развертывание сети малых инновационных предприятий при университетах и учреждениях НАН Беларуси, в том числе и на партнерских условиях с предприятиями госсектора и субъектами частного бизнеса.

Для организации НИОКР за счет бюджетных средств и последующей коммерциализации их результатов использовать преимущественно проектный подход, при этом подбирать исполнителей проекта на конкурсной основе, недопуская дискриминации субъектов частного бизнеса.

Перечисленные направления окажут максимальное содействие созданию благоприятной экономической среды, необходимой для успешной работы инновационных организаций.

В скором будущем мы станем и уже становимся свидетелями подталкивания «гонки» информационных и высоких технологий из соседних с Беларусью стран. Вот почему Беларуси нельзя отстать в этой гонке и белорусская наука должна сыграть в этом соревновании достойную роль. Следует лишь выделять достаточно средств для финансирования науки.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Рубашный, В.С. Инновационный менеджмент и интеллектуальная собственность: курс лекций. ФУАИформ, 2007. – С. 108.

2. ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОМИТЕТ ПО НАУКЕ И ТЕХНОЛОГИЯМ РБ <http://gknt.org.by/rus/science/statistic/>
3. О государственной поддержке малого предпринимательства в РБ: Закон РБ от 16 октября 1996 г. № 685-ХІІІ // Ведамасці Вярхоўнага Савета Рэспублікі Беларусь. – 1996. – № 34. – С. 607.
4. О совершенствовании деятельности белорусского инновационного фонда. Указ Президента РБ от 25.03.2008 № 174 // Национальный реестр правовых актов РБ, 26 марта 2008. – № 1/9570.
5. Татьяна, Т.С. Финансово-экономические условия работы, актуальные проблемы и перспективы развития инновационных предприятий: материалы Республ. науч.-практич. Конфер. «Научно-инновационная политика в регионах Беларуси» (Гродно, 19–20 октября 2005 г.). – Мн.: ГУ «БелИСА», 2005. – 100 с.

УДК 338.1 + 316.42

Щитковец А.В.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Машинский В.В.

ПОЛОЖЕНИЕ БЕЛОРУССКОЙ НАУКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Состояние инновационной деятельности в каждом государстве является важнейшим показателем развития общества и его экономики. В условиях ограниченности ресурсов и возрастающей конкуренции переход на инновационный путь развития является главной стратегией, направленной на стабилизацию и повышение эффективности субъектов хозяйствования.

Исходя из актуальности инноваций для достижения социально-экономических целей, вопросы активизации инновационной и инвестиционной деятельности являются одними из приоритетов Республики Беларусь.

Одним из наиболее распространенным показателем, применяемым в международных сравнениях, для характеристики затрат на научные исследования и разработки является показатель наукоемкости ВВП, т.е. при сравнениях состоянии науки в той или иной стране приводится доля затрат на НИР в процентах к ВВП.

Известно, что развитые страны мира уже давно, на протяжении 1965-2008 годов, сохраняют уровень этого индикатора выше 2%. США в среднем за эти годы тратят 2,5%, ВВП на науку, Япония – на уровне 2,5%-3%, Европа (страны ЕС) – до 2003 г. на уровне 1,8%-2% от ВВП.

Далее следует привести несколько примеров о Японии и Китае отдельно. Так, например, на сегодняшний день государственные расходы из бюджета Японии на НИОКР увеличились еще на значимую величину, достигнув в 2006 г. уровня 3,5% от ВВП. К тому же следует особо подчеркнуть, что финансовые средства и помощь в этой стране выделяются только на фундаментальные, а не на прикладные исследования, которые способствовали бы генерации принципиально новых научных идей или вырабатывали современные инновационные подходы в High-Tech.

Еще наиболее показательным примером новой тенденции считается Китай. В 1995 г. эта страна, занимавшая 15 место в мире по количеству научных и исследовательских работ, к 2007 г. вышла на второе место в мире по данному показателю. За период с 1985 по 2005 гг. количество докторов наук в естественных научных и инженерных областях в Китае выросло в семь раз, позволив этой стране выйти на третье место в мире по данному показателю.

В то же время, в сравнении с развитыми странами мира, Беларусь только за период 1990-2003 гг. снизила наукоемкость ВВП с 2,1% до 0,7%. В 2005 году, по предварительным оценкам, его величина превысила 0,8% ВВП. Но затем, по состоянию на 2006 г. по оценке НИЦ Мизеса и АЦ «Стратегия», этот показатель упал до 0,6% ВВП (см. табл. 1.1) [1]. Это дает понять, что в белорусской экономике кардинальные изменения в области инноваций возможны лишь за счет реализации стратегии «догоняющего» технико-экономического развития.

Насколько приоритетна для государства инновационная сфера наглядно показывают межстрановые сопоставления. Принято считать, что для нормального развития научно-технического потенциала отношение затрат на проведение научных исследований и разработок к валовому внутреннему продукту должно быть выше 1%. В развитых странах этот показатель достигает 2,5-3,0% и более. Научоемкость же ВВП в размере 1% и ниже оценивается как критическая. Если такой ее уровень наблюдается на протяжении нескольких лет подряд, то происходит деградация научно-технического потенциала. Следует отметить, что такое положение с наукоемкостью ВВП наблюдается в Беларуси с начала 1990-х гг. XX в. столетия, и до сих пор эта тенденция сохраняется.

Таблица 1 – Расходы на научные исследования в мире

Регион	ВВП 2006 Млрд. \$	НИОКР, % ВВП 2006, %	НИОКР по ппс 2006 млрд. \$	НИОКР по ппс 2007 млрд. \$	НИОКР по ппс 2008 млрд. \$
Америки	15155	2,47	374,9	387,0	401,0
США	12416	2,76	343	353	365
Азия	19203	2,02	387,2	436,2	494,4
Китай	8815	1,61	141,7	175,0	216,8
Япония	3995	3,4	136,7	143,5	150,4
Индия	3779	1,03	38,8	41,8	45,0
Европа	14072	1,88	364,3	276,3	288,8
Остальной мир	2073	1,11	23,0	24,4	25,9
Беларусь*	37	0,6	0,38*	0,45	0,51
Всего	50503	2,08	1049,4	1123,9	1210,2

В следующей таблице 2. отражены процентные показатели доли страны в общих расходах на науку и научные исследования в мире, согласно исследованию Global R&D report / Changes in the R&D community 2008 [1].

Таблица 2 – Доля страны в общих расходах на науку и научные исследования в мире, %

	2006	2007	2008
Америки	35,7	34,4	33,1
США	32,7	31,4	30,1
Азия	36,9	38,8	40,8
Китай	13,5	15,6	17,9
Япония	13,0	12,8	12,4
Индия	3,7	3,7	3,7
Европа	25,2	24,6	23,9
Беларусь*	0,04	0,04	0,04
Остальной мир	2,2	2,2	2,1

В 2009 г. увеличение финансовых затрат на исследования и разработки составило 0,65% от ВВП, в 2010 г. – 0,7% от ВВП. Исчисляемый по сумме внутренних затрат (методика стран ОЭСР) уровень наукоемкости ВВП в 2009 г. составил 0,65% (в 2008-м – 0,75%; в 2007-м – 0,97%). Страны ЕС поддерживают уровень наукоемкости ВВП от 2% и выше [2].

Основным методом планирования расходов бюджета является программно-целевой. Преимущества применения этого метода планирования в современных условиях складываются за счет: четкого определения приоритетов развития отрасли на предстоящий период, что позволяет концентрировать ресурсы: финансовые, материальные и иные, формировать экономический механизм таким образом, чтобы получать быструю отдачу; позволяет осуществлять должный контроль за целевым использованием выделяемых средств. Основной программой, в которой закладываются показатели развития науки, является Госпрограмма инновационного развития.

В утвержденной концепции госпрограммы инновационного развития на 2011-2015 г. одной из задач (жаль, что не главной) является рост наукоемкости белорусского ВВП за счет увеличения затрат на научные исследования и опытно-конструкторские разработки (НИОКР). Согласно предварительным цифрам, на модернизацию белорусской экономики в следующей пятилетке предполагается потратить 44 трлн. рублей (около 15 млрд. долларов по нынешнему курсу). В программе 259 проектов, которые сформулировали чиновники из отраслевых и региональных ведомств. Таким образом, к 2015 г. правительством РБ планируется обеспечить рост наукоемкости ВВП до уровня 1,8-2%. Однако эти цифры свидетельствуют о том, что пока, даже в планах, РБ значительно отстает от мировых ИТ-держав.

Исследовательский институт международной инвестиционной группы Legatum /Дубай, ОАЭ/ опубликовал очередной мировой рейтинг национального благосостояния Legatum Prosperity Index за 2009 г. Необходимо отметить, что из 104 стран, вошедших в рейтинг, Беларусь заняла 85-е место. В субиндексе «Предпринимательство и инновации» Беларусь занимает 76-е место в мире. «Низкий уровень развитости технологической инфраструктуры и ограниченный объем инвестиций со стороны правительства сдерживают развитие инноваций в Беларуси. Высокие барьеры на вход, включая издержки регистрации /например, 16 процедур, необходимых для начала нового бизнеса/, отбивают охоту заниматься предпринимательством».

В то же время, по уровню расходов на проведение исследований /0,8% ВВП/ Беларусь входит в 40 стран-лидеров мирового рейтинга. При этом отчисления владельцам патентов являются достаточно высокими, что свидетельствует о том, что Беларусь способна в значительной мере капитализировать свою интеллектуальную собственность [3].

В результате реализации программы ожидается трехкратный рост экспорта наукоемкой продукции – с \$2,27 млрд в 2010 г. до \$6,4 млрд в 2015 г. При этом доля высокотехнологичной продукции в экспорте должна вырасти с 4% до 14%. В проекте концепции предусмотрено, что в результате реализации программы доля новой продукции в общем объеме промпроизводства вырастет с 19% в 2010 г. до 25% в 2015 г., доля инновационно-активных предприятий увеличится с 25% до 30,5%, а доля сертифицированной продукции в общем объеме производства в 2015 году составит 73%. Так, доля средств бюджета в финансировании инновационной деятельности будет поступательно увеличиваться и составит в 2015 г. 1,5% ВВП [4].

Реализация госпрограммы потребует принятия закона о государственной инновационной политике и внесения изменений в действующие Налоговый, Бюджетный и Гражданский кодексы с целью создания системы стимулирования инновационной деятельности, что будет проявляться в мотивации труда, налоговых стимулах и таможенно-тарифных преференциях. Также предусмотрено создание разветвленной инновационной инфраструктуры: научно-технических парков, центров трансфера технологий, целевых технопарков и передовых технологических центров в виде интегрированных структур, аналогичных созданным в России.

Поэтому, осознавая всевозрастающую глубину разрыва от индустриально развитых стран, необходимо особо подчеркнуть стратегическую важность роста наукоемкости ВВП Беларуси как показателя, который характеризует не только экономические, но и политические цели и приоритеты страны.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Global R&D report. Changes in the R&D community 2008 – *Оценка НИЦ Мизеса АЦ «Стратегия» – <http://allminsk.biz/content/view/2620/116/>
2. <http://www.ecopress.by/ru/news/8/detail/150346/back.html> – информационное агенство ECOPRESS
3. BusinessForecast.by
4. <http://www.interfax.by/news/belarus/66792> Портал новостей.

СОДЕРЖАНИЕ

СОЦИАЛЬНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

Алешко Е.В.

Научный руководитель: доцент, к.э.н. Власюк Ю.А.
ИННОВАЦИИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ..... 4

Бозута И.И., Ильющя П.И.

Научный руководитель: преподаватель Зайцева Н.И.
ЛИЗИНГ ПЕРСОНАЛА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ..... 8

Васюк Е.Г.

Научный руководитель: канд. ист. наук, доцент, Малыгина Л.Ю.
КАТЫНСКАЯ ТРАГЕДИЯ КАК КАТАЛИЗАТОР ВЗАИМООТНОШЕНИЙ
РЕСПУБЛИКИ ПОЛЬША И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ..... 10

Веремейчук С.И.

Научный руководитель: ст. преподаватель Сметюх А.В.
ПЕРСПЕКТИВЫ СОТРУДНИЧЕСТВА ГОСУДАРСТВА И ЧАСТНОГО БИЗНЕСА..... 14

Деркач Д.В.

Научный руководитель: проф. Медведева Г.Т.
ПРОДАЖА ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ЕДИНОГО ИМУЩЕСТВЕННОГО КОМПЛЕКСА..... 17

Нолоп Е.М.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Машинский В.В.
ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ ПЕРЕДАЧИ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ
СОБСТВЕННОСТИ..... 19

Канцавы М.М.

Навуковы кіраўнік: кандыдат філалагічных навук Борсук Н.М.
УРОКІ М. БАГДАНОВІЧА ПА ВЫКАРЫСТАННІ ЖАНРАВЫХ ФОРМ УСХОДНЯЙ
ПАЭЗІІ (ТАНКА, ХОКУ)..... 22

Канцавы М.М.

Навуковы кіраўнік: канд. філалагічных навук Борсук Н.М.
УЗБАГАЧЭННЕ БАГДАНОВІЧАЎСКАЙ ТРАДЫЦЫІ..... 26

Корнилук Г.Б.

Научный руководитель: доцент Власюк Ю.А.
АУТСОРСИНГ КАК ФАКТОР ОПТИМИЗАЦИИ БИЗНЕСА..... 30

Кострикина Ю.О.

Научный руководитель: ст. преподаватель Степанюк В.Л.
ВЕНДИНГ – НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА РОЗНИЧНУЮ ТОРГОВЛЮ..... 34

Кострикина Ю.О.

Научный руководитель: ст. преподаватель Степанюк В.Л.
ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВЕНДИНГА В БРЕСТЕ..... 37

Костюченко А.С.

Научный руководитель: ст. преподаватель Рамская Л.К.
АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ КАЛЬКУЛЯЦИОННАЯ КАРТОЧКА..... 40

Студент: Кравчук Д.Н.

Научный руководитель: ст. преподаватель Билевич О.И.
РИЖСКИЙ МИРНЫЙ ДОГОВОР В СУДЬБЕ БЕЛОРУССКОГО НАРОДА..... 42

<i>Крылова И.К., Осюк А.А.</i> <i>Научный руководитель: ст. преподаватель Прилуцкая Н.А.</i>	
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ.....	47
<i>Куницкий В.</i>	
- <i>Научный руководитель: м.ю.н. Речиц Е.В.</i>	
ХИМИЧЕСКАЯ КАСТРАЦИЯ КАК МЕРА НАКАЗАНИЯ	51
<i>Лобачевская И.Л.</i>	
<i>Научный руководитель: к.т.н., доцент Проровский А.Г.</i>	
ПЕРСПЕКТИВЫ СОТРУДНИЧЕСТВА РБ СО СТРАНАМИ БАЛТИЙСКОГО РЕГИОНА ...	54
<i>Махотенко Е.С.</i>	
<i>Научный руководитель: ст. преподаватель Носко Н.В.</i>	
ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОИЗВОДСТВЕ СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ	58
<i>Мелеховец Р.А.</i>	
- <i>Научный руководитель: Харитонович С.С.</i>	
ЭЛЕКТРОННОЕ ПРАВИТЕЛЬСТВО НА ПРИМЕРЕ ЭСТОНИИ.....	62
<i>Мигалюк Т.А.</i>	
<i>Научный руководитель: ст. преподаватель Степанюк В.Л.</i>	
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА «ГОВОРЯЩИЕ ВЫВЕСКИ» В ПРОДВИЖЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	66
<i>Михайлина Д.М., Кириенко В.В.</i>	
<i>Научный руководитель: доцент Хутова Е.Н.</i>	
ВЕНДИНГ ИЛИ ПРОДАЖА ЧЕРЕЗ ТОРГОВЫЕ АВТОМАТЫ.....	70
<i>Надеина Е.В.</i>	
<i>Научный руководитель: ст. преподаватель Степанюк В.Л.</i>	
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ХОЛИСТИЧЕСКОГО ПОДХОДА В МАРКЕТИНГЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С КЛИЕНТАМИ	74
<i>Надеина Е.В.</i>	
<i>Научный руководитель: ст. преподаватель Степанюк В.Л.</i>	
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ МАРКЕТИНГА ВЗАИМООТНОШЕНИЙ	77
<i>Наумчик С.С.</i>	
<i>Научный руководитель: ст. преподаватель Сobotковская О.Н.</i>	
СТРУКТУРНЫЙ АНАЛИЗ ЭГО-СОСТОЯНИЙ.....	80
<i>Наумчик С.С.</i>	
<i>Научный руководитель: ст. преподаватель Сobotковская О.Н.</i>	
ТРАНСАКТНЫЙ АНАЛИЗ Э. БЕРНА.....	84
<i>Радкович Г.</i>	
<i>Навуковыя кіраўнікі: выкладчык кафедры беларускай і рускай моў Пікула Л.У.,</i> <i>настаўн. Павіцеўскага дзіцячага сада-сярэдняй школы Цецярук Н.В.</i>	
МІКРАТАПАЊІМІЧНЫЯ НАЗВЫ В ПАВІЦЦЕ КОБРЫНСКАГА Р-НА	87
<i>Савчук В.А.</i>	
<i>Научный руководитель: ст. преподаватель Обуховская О.А.</i>	
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ УРОВНЯ ОБРАЗОВАНИЯ БЕЛАРУСИ И ГЕРМАНИИ.....	90
<i>Савчук В.А.</i>	
<i>Научный руководитель: ст. преподаватель Обуховская О.А.</i>	
РОЛЬ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ. МНЕНИЕ НЕМЕЦКИХ И БЕЛОРУССКИХ СТУДЕНТОВ	92

Сотник А. <i>Научный руководитель: ст. преподаватель Почко Е.О.</i> ИНТЕРНЕТ-ПРОВАЙДИНГ В БЕЛАРУСИ.....	95
Сотник А.С. <i>Научный руководитель: ст. преподаватель Грибова С.В.</i> КАТОЛИЧЕСКИЕ КУЛЬТОВЫЕ СООРУЖЕНИЯ СТАРОГО БРЕСТА.....	99
Сотник А.С. <i>Научный руководитель: ст. преподаватель Грибова С.В.</i> КУЛЬТОВЫЕ СООРУЖЕНИЯ СТАРОГО БРЕСТА: СВЯТО-НИКОЛАЕВСКИЙ ХРАМ, БАЗИЛИАНСКИЙ КОМПЛЕКС, СИНАГОГА	102
Третьяк Г.В. <i>Научный руководитель: к.э.н., доцент Козинец М.Т.</i> ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ АДМИНИСТРАТИВНО- ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ И МЕТОДЫ ЕЁ ОЦЕНКИ	106
Третьяк Г.В. <i>Научный руководитель: к.э.н., доцент Козинец М.Т.</i> ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ АДМИНИСТРАТИВНО- ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ НА ПРИМЕРЕ Р-НОВ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ.....	109
Филист А. <i>Научный руководитель: доцент, к.э.н. Омелянюк А.М.</i> ИССЛЕДОВАНИЕ ЗАВИСИМОСТИ МЕЖДУ СКОЛЬЗЯЩИМ СРЕДНИМ И УРОВНЕМ ЦЕННОСТИ	113
Филист А. <i>Научный руководитель: доцент, к.э.н. Омелянюк А.М.</i> ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ НАСТРОЕНИЙ НА КОНЪЮНКТУРУ БИРЖЕВЫХ РЫНКОВ.....	115
Ханцевич Е.С. <i>Научный руководитель: к.э.н. Козинец М.Т.</i> НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА СТРАХОВАНИЯ ЖИЗНИ В РБ	118
Шведовская Д.В. <i>Научные руководители: д.и.н., проф. В.М.Стрелец, к.т.н., проф. П.В.Шведовский</i> ВЗГЛЯД ВЧЕРАШНЕГО ПОДРОСТКА НА ПРОБЛЕМУ «СОВРЕМЕННОСТЬ И «ТРУДНЫЕ ПОДРОСТКИ»	121
Шведовская Д.В. <i>Научные руководители: д.и.н., проф. В.М. Стрелец, к.т.н., проф. П.В. Шведовский</i> ПРОБЛЕМЫ ПОЗНАНИЯ СУЩНОСТИ ЧЕЛОВЕКА У УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ	124
Шведовская Д.В. <i>Научные руководители: д.и.н., проф. В.М. Стрелец, к.т.н., проф. П.В. Шведовский</i> РОЛЬ ВЗАИМНОГО ОБЩЕНИЯ И ОБЩЕНИЯ С СОБОЙ В ФОРМИРОВАНИИ И РЕАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ	126
Шпаков О.А. <i>Научный руководитель: доцент Власюк Ю.А.</i> ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИМЕРНОГО БЮДЖЕТА МАРКЕТИНГОВОЙ КАМПАНИИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ	128
Щитковец А.В. <i>Научный руководитель: к.т.н., доцент Машинский В.В.</i> МЕХАНИЗМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИЙ	131
Щитковец А.В. <i>Научный руководитель: к.т.н., доцент Машинский В.В.</i> ПОЛОЖЕНИЕ БЕЛОРУССКОЙ НАУКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	134

Научное издание

СБОРНИК КОНКУРСНЫХ НАУЧНЫХ РАБОТ СТУДЕНТОВ И МАГИСТРАНТОВ

Ответственный за выпуск **Сидоревич Н.М.**

Редактор **Строкач Т.В.**

Компьютерная верстка **Кармаш Е.Л.**

Корректор **Никитчик Е.В.**

ISBN 978-985-493-199-9



9 789854 931999

Издательство БрГТУ

Лицензия № 02330/0549435 от 08.04.2009 г.

Подписано к печати 04.07.2011 г. Формат 60×84 1/16.

Бумага «Снегурочка». Гарнитура «Arial Narrow».

Усл. п. л., 8,14. Уч.-изд. л., 8,75.

Тираж 75 экз. Заказ № 642.

Отпечатано на ризографе Учреждения образования

«Брестский государственный технический университет»

224017, Брест, ул. Московская, 267