

рии. ОАО «Савушкин продукт» реализует в Минске проект «Школьное молоко», направленный на укрепление здоровья школьников.

Белорусские бизнесмены понимают, что социальная ответственность должна быть добровольной, и признают, что без участия государства в деле развития КСО не обойтись, так как отсутствие налоговых льгот для социально ответственных компаний не способствует росту их активности в КСО. Для того чтобы активно участвовать в инициативах КСО, предприятие должно быть успешным на рынке, получать весомую прибыль и т.п. В Беларуси богатых организаций пока немного, хотя некоторые отечественные предприятия помогают своим сотрудникам решать жилищные проблемы, оказывают помощь школам, детским садам, подшефным сельскохозяйственным организациям, по просьбе местных властей выделяют материальные и иные средства на решение социальных вопросов. Понятно, что со временем, когда белорусский бизнес окрепнет, он начнет ставить перед собой и более значимые социальные цели.

Таким образом, КСО в Беларуси пока еще находится на начальных этапах становления, когда остаются нерешенными вопросы, связанные с установлением баланса ответственности между властью и бизнесом, повышением доверия населения к бизнесу и др. Власти страны ждут от белорусского бизнеса более активного участия в развитии местного общества через реализацию социальных программ и акций по поддержке социально незащищенных слоев населения, спонсированию культурных, образовательных и спортивных мероприятий, развитию объектов культурного значения и т.д. Это свидетельствует о том, что необходим конструктивный диалог между тремя секторами белорусского общества, чтобы преодолеть все препятствия и найти эффективные решения социальных проблем.

Литература

1. Яцкевич Я.С., Симхович В.А. Методический семинар №1. БГЭУ, 2008.
2. «Совестливый» бизнес // Республика. 11 марта, 2009.

Климченя Л.С., к. э. н., доцент, УО БГЭУ (г. Минск)

РАЗВИТИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Торговля является одной из важнейших отраслей экономики и одним из основных источников поступления денежных средств для формирования основ финансовой стабильности государства. В последние годы в Республике Беларусь наметился рост доли организаций торговли и общественного питания в валовом внутреннем продукте. Если в 2000 году она составляла 9,5 %, в 2005 году ? 9,7 %, то в 2007 году ? 10,2 %. Среди отраслей экономики республики торговля имеет второй после промышленности результат по вкладу в валовой внутренний продукт. В связи с этим заинтересованность государства в увеличении масштабов торговой деятельности объективно обусловлена.

В Республике Беларусь государственная политика в сфере торговли направлена на создание условий для наиболее полного удовлетворения спроса населения широким ассортиментом товаров и услуг на основе совершенствования методов управления товарными ресурсами, создания эффективной системы товародвижения, укрупнения розничной торговой сети и расширения ее инфраструктуры. Эта цель торговой политики обозначена в качестве приоритетной в Программе развития внутренней торговли Республики Беларусь на 2006-2010гг. утвержденной Постановлением Сове-

Для достижения поставленной цели определены приоритетные задачи, среди которых:

- обеспечение приоритетного продвижения на внутренний рынок товаров отечественного производства, совершенствование мер тарифного и нетарифного регулирования в сфере оборота потребительских товаров;
- повышение влияния субъектов торговли на производителей продукции в целях обеспечения производства востребованных на потребительском рынке товаров, расширения и обновления их ассортимента, повышения качества;
- совершенствование механизмов взаимодействия производителей товаров с оптовыми и розничными организациями, повышение эффективности работы оптовой торговли в товароснабжении розничной сети и индивидуальных предпринимателей;
- совершенствование организационных структур управления торговлей, а также организационно-правовых форм субъектов торговли;
- осуществление комплекса мер по улучшению финансового состояния и обеспечению эффективной деятельности субъектов торговли;
- развитие конкурентной среды, в том числе за счет развития малого и среднего предпринимательства, и создания соответствующей инфраструктуры торговли и общественного питания;
- проведение работы по концентрации розничной торговой сети на основе создания торговых объектов в формате гипер- и супермаркетов;
- привлечение инвестиций, в том числе иностранных, для нового строительства торговых объектов, реконструкция действующих, внедрения прогрессивных технологий продажи товаров и оказания услуг;
- увеличение количества магазинов, работающих по методу самообслуживания, оснащенных платежными терминалами для осуществления расчетов с применением банковских пластиковых карточек и автоматизированными комплексами, предусматривающими учет движения товаров и денежных средств;
- обеспечение защиты прав потребителей, в том числе во взаимодействии с общественными объединениями;
- создание отраслевой информационной системы, основанной на современных компьютерных технологиях;
- совершенствование нормативной правовой базы, регулирующей вопросы торговой деятельности.

Важность выделенных приоритетов очевидна. Тем не менее, развитие инфраструктуры за счет привлечения инвестиций представляется первоочередной задачей.

В последние годы увеличились объемы инвестиций как в основной капитал торговых организаций, так и их доля в общей сумме вложений. Если на протяжении десяти лет темп роста инвестиций составлял 110-120 %, то в 2007 году темп роста инвестиций в основной капитал составил 173 %, в том числе за счет иностранных кредитов. [2, с. 12]

Положительная тенденция валового поступления иностранных инвестиций в реальный сектор экономики республики сохраняется. Объемы зарубежных вложений увеличиваются достаточно стабильными темпами. За 2004–2007 гг. ежегодный приток иностранного капитала в Республику Беларусь увеличился с 1,5 млрд. долларов США до 5,4 млрд. долларов США, или в 3,6 раза.

В 2007 г. отмечается тенденция роста поступления прямых инвестиций – 1,3 млрд. долл. США, что в 1,8 раза больше, чем в 2006 г. При этом их доля в общем поступлении иностранного капитала возросла до 24,2 %.

На долю промышленности за анализируемый период приходилось от 1/3 до 1/2 суммарного объема иностранных капиталовложений. Второй по значимости для иностранных инвесторов сферой вложения капитала является общая коммерческая деятельность по обеспечению функционирования рынка. Ее доля в общей сумме зарубежных капиталовложений в 2006 г. превысила соответствующий показатель по промышленности. В 2007 г. эта доля уменьшилась и составила 1,6 млрд. долларов США или 30,1 %. В 2007 г. на третье место вышел транспорт. Организациями этой отрасли экономики в 2007 г. было привлечено 380 млн. долларов США иностранных инвестиций. Суммарный удельный вес названных трех секторов экономики Республики Беларусь в общем объеме иностранных инвестиций в 2004–2007 гг. увеличился с 51 % до 80,8 %. [3]

Розничная торговля сохраняет за собой статус одной из привлекательных сфер вложения капитала. В 2007 г. в развитие торговли и общественного питания республики направлено 1,5 трлн. белорусских рублей, что составило 22 % от инвестиций по стране и на 23 % больше, чем в предыдущем году. [2, с. 13]

На начало 2008 года в Республике Беларусь торговое обслуживание осуществляло более 32 тысяч магазинов.

За последние 7 лет торговая сеть республики проросла на 6,5 тыс. магазинов. Причем, следует отметить, что прирост осуществляется за счет торговых объектов, находящихся в негосударственной собственности. Если в 2000 году на долю торговых объектов с государственной формой собственности приходилось 25,1 % от общего количества, то в начале 2008 года этот показатель составил 16,5 %.

Одной из проблем развития розничной торговой сети остается ее измельченность. Средний размер торговой площади магазина составляет только 94,7 кв. м. Причем, в 2000 году этот показатель составлял 104 кв. м [4, с.110] Основной прирост торговой сети осуществляется за счет открытия мелких магазинов (торговая площадь в среднем составляет 50 кв. м).

На долю средних и крупных магазинов приходится сейчас только 1,1 % от общего количества. Причем, магазинов с торговой площадью о 650 кв. м в конце 2007 года в республике было 230, а с торговой площадью более 1000 кв. м – только 115. Самыми крупными магазинами на белорусском рынке являются гипермаркеты.

В 2005 г. в г. Минске введены в эксплуатацию три гипермаркета «Гиппо», «Престон», «Bigzz». В 2006 году торговая сеть пополнилась еще двумя гипермаркетами. В 2008 году первые гипермаркеты появились и в областных городах (гипермаркет «Гиппо» в г. Могилеве и гипермаркет «Алми» в г. Гродно). По оценкам экспертов, строительство одного гипермаркета в Минске обходится в сумму 4,5-6 млн. долларов. Вложенные средства окупятся примерно через 7-10 лет. Как правило, гипермаркеты возводятся на окраинах города и на основных выездных магистралях. Многие из них составят серьезную конкуренцию рынкам.

Оценивая зарубежную, да и первую белорусскую практику, можно говорить об эффективности интегрированной организации торговли. Во-первых, концентрация прибыли крупной торговой сети позволяет ее использовать на развитие инфраструктуры торговли, на внедрение новейших технологий. Это актуально не только для зарубежной торговли, но и для белорусской. Во-вторых, именно развитие торговых сетей способно вытеснить неорганизованный рынок, доля которого в настоящее время составляет 29% розничного товарооборота республики, создающий условия для теневого оборота и снижающий культуру обслуживания и престиж торговли как отрасли.

Благоприятная ситуация на рынке (изменение правового поля, поступление на рынок товаров в объемах, обеспечивающих платежеспособный спрос, рост выручки от реализации товаров) привлекают крупных зарубежных инвесторов. В первую очередь – российских. Так, в ближайшие четыре года российская компания «Седьмой континент», которая приобрела контрольный пакет акций компании «Простор-маркет» и управляет гипермаркетом «Простор», планирует открыть в Беларуси пять новых гипермаркетов. В сети компании – 123 магазина, в то числе 118 супермаркетов и 5 гипермаркетов, расположенных в основном в Москве и Московской области, а также в Калининграде и Калининградской области, Санкт-Петербурге, Рязани и Минске. Еще одна российская компания «Альфа-груп» к 2010 году собирается открыть в 6 крупнейших городах Беларуси 128 дискаунтеров, со средней торговой площадью 500 кв.м. Сумма вложений оценивается в 83 млн. долларов.

Государственная политика в сфере розничной торговли направлена на укрупнение размеров магазинов за счет строительства и открытия гипер- и супермаркетов и торговых центров. В 2010 году количество магазинов с торговой площадью свыше 650 кв. метров в городе Минске составит 98 единиц, свыше 1000 кв. метров преимущественно в формате супер- и гипермаркетов - 52 единицы. Следовательно, ежегодно предполагается вводить в эксплуатацию по одному торговому объекту, как среднего, так и крупного формата. В дальнейшем в структуре торговой сети будут преобладать форматы с площадью от 650 кв.м. Количество «средних» магазинов почти в два раза больше чем крупных.

Для обеспечения системного подхода к строительству и размещению крупных торговых объектов (торговых центров, гипер- и супермаркетов, магазинов с торговой площадью от 650 кв. метров и более) облисполкомами и Минским горисполкомом разрабатываются генеральные схемы размещения крупных торговых объектов в городах республики на период до 2020 года.

Укрупнение торговой сети за счет привлечения инвестиций в отрасль сегодня является одним из приоритетных направлений в развитии торговой сети городов Беларуси. В Программе развития внутренней торговли на 2006-2010 гг. определены важнейшие инвестиционные проекты по развитию торговой инфраструктуры городов. Из 44 инвестиционных проектов, предусмотренных для развития инфраструктуры розничной торговли, только 12 проектов приходится на столицу. Это позволяет сделать вывод, что активизируется развитие инфраструктуры розничной торговли во всех крупных городах республики.

Общая сумма инвестиционных проектов, которые запланированы к реализации к концу 2010 года составляет 152,2 млн. долларов США. Реализация данных проектов позволит в 2-3 раза увеличить торговые площади розничной торговой сети, достигнув размера показателя обеспеченности торговой площадью магазинов в расчете на 1000 жителей европейских государств (Германия, Франция, Бельгия и др.).

Таким образом, иностранный капитал традиционно предпочитает те отрасли, которые, во-первых, производят продукцию, имеющую для него стратегическое значение в долгосрочном плане, т.к. ее реализация гарантирована относительно стабильным спросом на мировом рынке, во-вторых, характеризуются быстрым оборотом вложенных средств и максимальной рентабельностью производства или деятельности. Как показали приведенные данные, для прямых инвесторов основными отраслями, представляющими интерес, в 2004–2005 гг. являлись промышленность, связь, торговля и общественное питание. Начиная с 2006 г. лидирующую позицию по привлечению прямых инвестиций в Беларусь заняли организации общей коммерческой деятель-

ности по обеспечению функционирования рынка, среди которых большой интерес как объект инвестирования представляет розничная торговля.

Литература

1. Программа развития внутренней торговли Республики Беларусь на 2006-2010 гг. Минск: Министерство торговли Республики Беларусь, 2006.
2. Алпатов А. Резервы и инвестиции – на выполнение каждого показателя. // Гермес, № 2, 2008. С.11-21.
3. Панкевич С.П. Иностранные инвестиции в реальный сектор экономики Республики Беларусь в 2007 г// Инфобанк [Электронный ресурс]. – Минск, 2008. – Режим доступа: <http://www.infobank.by/605/Default.aspx/> - Дата доступа: 05.12.2008.
4. Розничная торговля: статистический сборник. – Минск: Министерство статистики и анализа Республики Беларусь, 2008.

Ковалев А.Н., к.т.н., доцент

Самойлов М.В., к.т.н., доцент

Кохно Н.П., к.т.н., доцент, УО «БГЭУ» (г. Минск)

ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕОРИИ РЕШЕНИЯ ИЗОБРЕТАТЕЛЬСКИХ ЗАДАЧ (ТРИЗ) В СОЦИАЛЬНЫХ СТРУКТУРАХ

Теория решения изобретательских задач (ТРИЗ) создана для изучения и развития искусственного системного объекта – техники для практического решения проблем, возникающих в социальных структурах – также искусственных системных объектах. Основой для этого являются общие свойства социальных (живых) и технических исходно (неживых) систем:

- и те и другие системы включают в себя (ТС) или состоят из живых (СС) элементов;
- и те и другие системы – целенаправленные;
- элементы и тех и других систем принимают решения, демонстрируя тем самым творчество в широком смысле этого слова;
- в общих типах рассматриваемых систем присутствует процесс изобретения.

ТРИЗ – наука, позволяющая не только выявлять и решать творческие задачи в любой области знаний, но и развивать творческое мышление, развивать качества творческой личности [1,2,3,4].

Основная суть ТРИЗ – выявление и использование законов, закономерностей и тенденций развития искусственных технических систем.

Функции ТРИЗ:

- решение творческих и изобретательских задач любой сложности и направленности без перебора вариантов;
- решение научных и исследовательских задач;
- выявление проблем и задач при разработке с ТС и при их развитии;
- выявление и устранение причин брака и аварийных ситуаций;
- максимально эффективное использование ресурсов природы и техники для решения многих проблем;

• генерирование вариантов ТС и выполнение творческих задач в процессе принятия решений