

Литература

China statistical yearbook 2014 [Electronic resource] // National Bureau of Statistics of China. — Beijing: China Statistics Press. — Mode of access: <http://www.stats.gov.cn/tjsj/nds/2014/indexeh.htm>. — Date of access: 15.02.2015.

*Е.П. Лисиченок, канд. экон. наук, доцент
ПГУ (Новополоцк)*

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ И ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

Главной характеристикой экономического роста в современных условиях является возможность придания социально-экономической системе желаемой направленности в развитии, что обеспечивается разработкой стратегии ее развития.

В Российской Федерации действуют технические стандарты разработки стратегии социально-экономического развития субъекта РФ [1]. В них определены общие положения, цели разработки Стратегии субъекта Российской Федерации, содержание Стратегии и методические рекомендации к ее разработке, рассмотрение Стратегии и механизмы контроля. Таким образом, данный документ определяет методику разработки стратегии развития региона.

Однако отдельные российские авторы (например, Е.П. Смирнов) полагают, что имеющееся методическое обеспечение не вполне адекватно сложности задач, возникающих перед разработчиками стратегий [2].

В Республике Беларусь некоторый опыт стратегического управления накоплен в сфере разработки так называемых местных повесток. В качестве основы для разработки стратегии развития можно использовать алгоритм работы по Местной повестке [3].

Белорусская ассоциация агентств регионального развития осуществляет разработку стратегий развития регионов с применением разных методик: разработка Стратегии экономического развития; разработка Стратегии устойчивого развития.

Этапы стратегического планирования, которые реализуются в рамках стратегического планирования данной организацией: организационный этап; анализ современного состояния территории; разработка Стратегии развития.

Таким образом, обобщив представленный выше материал, представим методику разработки и реализации стратегии развития региона применительно к регионам Республики Беларусь:

1) организационный этап связан с информированием всех заинтересованных сторон, изучением зарубежного и отечественного опыта стратегического управления (планирования) региона (города), формированием группы, ответственной за реализацию этапов;

2) сбор данных и проведение анализа и оценки уровня социально-экономического развития региона (города). Использование инструментов стратегического анализа для реализации данного этапа (прежде всего SWOT-анализа);

3) разработка стратегии. Выработка «образа желаемого будущего» региона. Составление плана действий, направленных на достижение желаемого состояния и уровня развития. Доведение результатов до всех заинтересованных лиц (включая население региона (города));

4) реализация стратегии и контроль. Данный этап предполагает разработку системы индикаторов для оценки правильности хода реализации стратегии и осуществления действенного контроля.

Литература

1. Об утверждении требований к стратегии социально-экономического развития субъекта хозяйствования [Электронный ресурс] // Официальный сайт администрации Волгограда. — Режим доступа: www.volgadmin.ru/ru/MPDevelopment/StrategyPlanning/spfile.ashx?id. — Дата доступа: 15.02.2015.

2. Смирнов, Е. П. Стратегия развития регионов: теория, практика, новые подходы [Электронный ресурс] / Е. П. Смирнов // Энциклопедия маркетинга. — Режим доступа: www.marketing.spb.ru. — Дата доступа: 15.02.2015.

3. Сивограков, О. Местная повестка-21 как инструмент устойчивого развития территорий [Электронный ресурс] / О. Сивограков // Организация Объединенных Наций в Беларуси. — Режим доступа: www.un.by/f/file/LA-21.pdf. — Дата доступа: 15.02.2015.

*В.М. Мальцевич, канд. экон. наук, доцент
ПолесГУ (Пинск)*

*Н.В. Мальцевич, канд. экон. наук, доцент
БГЭУ (Минск)*

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РЫНОЧНУЮ КАПИТАЛИЗАЦИЮ

Рыночная капитализация как процесс создания стоимости зависит от множества факторов. Исследование современных публикаций по данной тематике свидетельствует о том, что существуют различные подходы к их классификации. Однако большинство исследователей склоняются к выделению двух укрупненных групп факторов, влияющих на рыночную капитализацию: внешние (субъективные) и внутренние (объективные) (см. рисунок).

К внешним факторам, формируемым под воздействием внешней среды, относятся экономические и внеэкономические факторы формирования рыночной капитализации компании. Для большинства внешних