

**Министерство образования Республики Беларусь**

**Учреждение образования  
«Гомельский государственный университет им. Ф.Скорины»**

**Экономический факультет**

**СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ  
ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ**

**БЮЛЛЕТЕНЬ студенческой научно-исследовательской лаборатории  
(СНИЛ) «Теория, история и методология экономической науки» 2015 № 2**

**Гомель**

**Бюллетень учрежден кафедрой экономической теории и мировой экономики  
экономического факультета УО «Гомельский государственный университет  
имени Франциска Скорины» (02 сентября 2011 г., протокол № 2)**

**Выходит 2 раза в год**

**Редакционная коллегия:**

**д.э.н., проф. Б.В. Сорвиров (главный редактор),  
д.э.н., проф. И.М. Лемешевский,  
д.э.н., доц. Н.В. Бонцевич,  
д.э.н., доц. Е.Б. Дорина, к.э.н.,  
доц. Е.А. Западнюк (отв. секретарь),  
к.э.н., доц. А.М. Баранов,  
к.ю.н., доц. Д.И. Михайлов.**

## Содержание

Бабинич М.А.	ТРАНСПОРТИРОВКА НЕФТИ	4
Большакова М.А.	ОТРАСЛЬ ПРОИЗВОДСТВА АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ	7
Герасимчук Л.И.	МИРОВОЙ РЫНОК ЗЕРНОВЫХ КУЛЬТУР	10
Дурдыева М.Г.	ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ РЫНКА НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ	13
Казарян Д.Г.	ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГЛОБАЛЬНОГО РЫНКА В МЕЖДУНАРОДНОМ МАРКЕТИНГЕ	16
Котлярова И.А.	МИРОВОЙ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЫНОК	21
Матова Е.В.	РЫНОК ПИЛОМАТЕРИАЛОВ НА ЗАРУБЕЖНЫХ РЫНКАХ: ТРЕБОВАНИЯ К КАЧЕСТВУ, ОСОБЕННОСТИ МАРКИРОВКИ	24
Новосёлова К.Р.	МИРОВОЙ РЫНОК ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА	28
Печкурова А.В.	МИРОВОЙ РЫНОК ДРАГОЦЕННЫХ МЕТАЛЛОВ	32
Романова О.Ю.	ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВВЕДЕНИЯ ЕДИНОЙ ВАЛЮТЫ В СТРАНАХ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА	36
Ёлкина Д.Д., Каскевич Е.С.	ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В ЭКОНОМИКЕ СТРАН СНГ	40
Тагандурдыев Ш.А.	ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	43
Шириев Б.Т.	ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА ЗОЛОТА	47
Чайков В.С.	МИРОВОЙ РЫНОК ВООРУЖЕНИЙ	50
Точилкина Д.В.	МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ И ОСОБЕННОСТИ ЕГО РАЗВИТИЯ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ	52
Тюлькова А.М.	РЫНОК ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ	55
Роцин А.В.	МИРОВОЙ РЫНОК КОФЕ	59
Иванов Р.В.	ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ В РАМКАХ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА	62
Федорович А.В.	МЕЖДУНАРОДНОЕ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО КАК ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА	68
Ходосок К.Г.	МИРОВОЙ РЫНОК ДРАГОЦЕННЫХ КАМНЕЙ	72
Царикевич М. А.	ПРОБЛЕМА КОМПЬЮТЕРНОЙ ЗАВИСИМОСТИ И ПУТИ ЕЕ РЕШЕНИЯ	74
Чапковский Н.В.	МИРОВОЙ РЫНОК ТАБАЧНОЙ ПРОДУКЦИИ	78
Казарян А.Г.	ЭТИКА В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕСЕ И ЭКОНОМИКЕ	82
Хаджыева Ш.Б.	ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА	85
Гуринович Г. В.	СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МИРОВОГО И БЕЛОРУССКОГО РЫНКОВ ИТ-УСЛУГ. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ИТ- УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	90

**Бабинич М.А.**

## **ТРАНСПОРТИРОВКА НЕФТИ**

Большинство нефтепромыслов находится далеко от мест переработки или сбыта нефти, поэтому быстрая и экономичная доставка «черного золота» жизненно важна для процветания отрасли.

Самым дешевым и экологически безопасным способом транспортировки нефти являются нефтепроводы. Нефть в них движется со скоростью до 3 м/сек под воздействием разницы в давлении, создаваемой насосными станциями. Их устанавливают с интервалом в 70-150 километров в зависимости от рельефа трассы. На расстоянии в 10-30 километров в трубопроводах размещают задвижки, позволяющие перекрыть отдельные участки при аварии. Внутренний диаметр труб, как правило, составляет от 100 до 1400 миллиметров. Их делают из высокопластичных сталей, способных выдержать температурные, механические и химические воздействия. Постепенно все большую популярность обретают нефтепроводы из армированного пластика. Они не подвержены коррозии и обладают практически неограниченным сроком эксплуатации [1].

Нефтепроводы бывают подземными и наземными. У обоих типов есть свои преимущества. Наземные нефтепроводы легче строить и эксплуатировать. В случае аварии значительно легче обнаружить и устранить повреждение на трубе, проведенной над землей. В то же время подземные нефтепроводы менее подвержены влиянию изменений погодных условий, что особенно важно для России, где разница зимних и летних температур в некоторых регионах не имеет аналогов в мире. Трубы можно проводить и по дну моря, но поскольку это сложно технически и требует больших затрат, большие пространства нефть пересекает при помощи танкеров, а подводные трубопроводы чаще используют для транспортировки нефти в пределах одного нефтедобывающего комплекса.

Идею использования трубопроводов для перекачки нефти и нефтепродуктов предложил великий русский ученый Д. И. Менделеев. Он объяснил основные принципы строительства и привел аргументы в пользу этого вида транспорта.

Различают три вида нефтепроводов. Промысловые, как понятно из названия, соединяют скважины с различными объектами на промыслах. Межпромысловые ведут от одного месторождения к другому, магистральному нефтепроводу или просто относительно удаленному промышленному объекту, находящемуся за пределами исходного нефтедобывающего комплекса. Магистральные нефтепроводы прокладывают для доставки нефти от месторождений до мест перевалки и потребления, к которым, в том числе, относятся нефтебазы, нефтеналивные терминалы, нефтеперерабатывающие заводы.

Теоретические и практические основы строительства нефтепроводов разработал знаменитый инженер В. Г. Шухов, автор проекта телевизионной башни на Шаболовке. Под его руководством в 1879 году на Апшеронском полуострове создали первый в Российской империи промысловый нефтепровод для доставки нефти с Балаханского месторождения на нефтеперерабатывающие заводы Баку. Его длина составила 12 километров. А в 1907 году также по проекту В. Г. Шухова построили первый магистральный нефтепровод длиной 813 километров, соединив-

ший Баку и Батуми. Он эксплуатируется по сей день.

Сегодня общая протяженность магистральных нефтепроводов в нашей стране составляет около 50 тысяч километров. Отдельные нефтепроводы часто объединяются в крупные системы. Наиболее протяженная из них – «Дружба», построенная в 1960-е годы для доставки нефти из Восточной Сибири в Восточную Европу (8 900 км). В Книгу рекордов Гиннеса внесен самый длинный на сегодня трубопровод в мире, длина которого составляет 3 787,2 километра. Он принадлежит компании Интерпровиншл Пайплайн Инкорпорейтед (Interprovincial Pipe Line Inc.) и протягивается через весь Североамериканский континент от Эдмонта в канадской провинции Альберта до Чикаго и далее до Монреаля. Однако этот результат недолго будет сохранять лидерские позиции. Длина строящегося в настоящее время нефтепровода «Восточная Сибирь – Тихий Океан» (ВСТО) составит 4 770 километров. Проект был разработан и реализуется корпорацией «Транснефть». Нефтепровод пройдет вблизи от месторождений Восточной Сибири и Дальнего Востока, что даст стимул для более эффективной работы нефтедобывающих комплексов, развития инфраструктуры и создания новых рабочих мест. Нефть крупнейших российских компаний, таких как «Роснефть», «Сургутнефтегаз», «ТНК-ВР» и «Газпром нефть», будет доставляться к потребителям в Азиатско-Тихоокеанском регионе, где экономика развивается наиболее динамично и постоянно растут потребности в энергоресурсах. По масштабам и значению для развития экономики страны ВСТО сопоставим с Байкало-Амурской железнодорожной магистралью.

Поскольку применение трубопроводов экономически выгодно, а работают они в любую погоду и в любое время года, это средство транспортировки нефти действительно незаменимо – особенно для России, с ее огромными территориями и сезонными ограничениями на использование водного транспорта. Тем не менее, основной объем международных перевозок нефти осуществляют танкеры. Малотоннажные танкеры используются для специальных целей – в том числе для перевозок битумов; танкеры общего назначения, обладающие дедвейтом (общим весом грузов, которые принимает судно) в 16 500-24 999 тонн, применяются для перевозки нефтепродуктов; среднетоннажные танкеры (25 000-44 999 тонн) – для доставки как нефтепродуктов, так и нефти. Крупнотоннажными считаются танкеры дедвейтом более 45 000 тонн, и на них приходится основная нагрузка по транспортировке нефти морским путем. Для транспортировки нефти по речным артериям используют баржи дедвейтом 2 000 – 5 000 тонн.

Первый в мире танкер, «наливной пароход» под именем «Зороастр», был построен в 1877 году по заказу «Товарищества братьев Нобель» на верфях шведского города Мотала. Пароход грузоподъемностью 15 тысяч пудов (около 250 тонн) использовался для доставки керосина наливом из Баку в Царицын (ныне Волгоград) и Астрахань.

Современные танкеры – это гигантские суда. Впечатляющие размеры объясняются экономическим «эффектом масштаба». Стоимость перевозки одного барреля нефти на морских судах обратно пропорциональна их размерам. Кроме того, число членов экипажа большого и среднего танкера примерно одинаково. Поэтому корабли-гиганты значительно сокращают расходы компаний на транс-

портировку. Однако не все морские порты в состоянии принять у себя супертанкер. Для таких гигантов нужны глубоководные порты. Так, например, большинство российских портов из-за ограничений по фарватеру не способно принимать танкеры с дедвейтом более 130-150 тысяч тонн.

Грузовые помещения танкера разделены несколькими поперечными и одной-тремя продольными переборками на резервуары – танки. Некоторые из них служат только для приема водного балласта. Доступ к танкам можно получить с палубы – через горловины небольшого размера с плотными крышками. Для снижения риска утечки нефти и нефтепродуктов в результате аварий в 2003 году Международная морская организация одобрила предложения Евросоюза об ускорении вывода из эксплуатации однокорпусных нефтяных танкеров. Уже с апреля 2008 года запрещены перевозки всех тяжелых видов топлива на судах, не оборудованных двойным корпусом.

Нефть и нефтепродукты загружают в танкеры с берега, а разгрузку ведут при помощи корабельных насосов и трубопроводов, проложенных в танках и вдоль палубы. Однако супертанкеры дедвейтом более 250 тысяч тонн, как правило, просто не могут зайти в порт, будучи полностью загруженными. Их заполняют с морских платформ и разгружают, перекачивая жидкое содержимое на танкеры меньшего размера.

Сегодня моря и океаны мира бороздят более 4000 танкеров. Большинство из них принадлежат независимым судоходным компаниям. Нефтяные корпорации заключают с ними договоры фрахтования, получая право на использование судна.

Еще один вид транспортировки нефти – по железной дороге. Это быстрый всесезонный способ. В нашей стране его используют, чтобы доставить нефть из Западной Сибири на Дальний Восток, Южный Урал и в страны Центральной Азии. Из Урала нефть везут на Запад, на Северный Кавказ и в Новороссийск. Однако для доставки «черного золота» по железной дороге требуется в 10 раз больше трудозатрат, чем для ее транспортировки по нефтепроводам. Поэтому даже в странах с разветвленной железнодорожной сетью этот способ перевозки нефти является второстепенным [2].

### **Интересные факты**

До появления трубопроводов нефть разливали в бурдюки и бочки и везли на лошадях. Этот способ был очень дорог. Так, в 1877 году пуд (около 16 кг) нефти на апшеронских промыслах стоил 3 копейки, а доставка на расстояние 12 км к нефтеперерабатывающим заводам обходилась в 20 копеек.

Танкеры являются самыми крупными судами в мире. Титул самого большого корабля на планете принадлежит норвежскому супертанкеру «Knock Nevis». Его длина – 458 м, ширина – 69 м, дедвейт – 564 763 тонны. Поскольку осадка корабля при полной загрузке превышает 24 м, он не мог проходить не только по Суэцкому и Панамскому каналам, но даже по Ла-Маншу. Гигант был построен в 1979-1981 годах, курсировал между Ближним Востоком и США, сменил несколько имен и флагов. Сейчас «Knock Nevis» используется как плавучее нефтехранилище.

В российских источниках утверждают, что первый нефтепровод был построен В. Г. Шуховым на Апшеронском полуострове в 1879 году для доставки

нефти с Балаханского месторождения на нефтеперерабатывающие заводы Баку. Длина этого нефтепровода достигала 12 километров. Однако американцы считают, что еще в 1860-х годах был создан трубопровод, соединяющий нефтепромысел Ойл-Крик в Пенсильвании с железнодорожной станцией Миллер Фарм Стэйшн. Его длина составляла около 8 километров [3].

### **Список литературы**

1. Н.В. Чёрное золото Мировой рынок нефти: тенденции развития и особенности ценообразования/ Воронина Н.В. // Мировой рынок нефти: тенденции развития и особенности ценообразования [1]

2. Дайнеко Н.С. Нефтегазодобывающая и нефтеперерабатывающая промышленность: тенденции и прогнозы/ Дайнеко Н.С. // Выпуск №1. Итоги 2010 года. // Аналитический бюллетень «РИА-Аналитика». Москва, 2011. – с.40 [2]

3. Бинатов Ю.Г., Пельменева А.А., Ушвицкий Л.И. Формирование и развитие локального рынка нефти и нефтепродуктов/ Бинатов Ю.Г., Пельменева А.А., Ушвицкий Л.И.//Ставрополь: СевКавГТУ, 2007. 182 с. [3]

**М.А. Большакова**

## **ОТРАСЛЬ ПРОИЗВОДСТВА АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ**

В 2014 г. наблюдалась тенденция снижения объемов производства крепких спиртных напитков. В Беларуси в 2014 г. была отмечена тенденция снижения производства крепких спиртных напитков, в частности, водки и питьевого спирта, которые заняли в 2014 г. 18,0 % в общем объеме реализации. Темп снижения составил 13% по сравнению с 2013 г., объем производства упал до 11,7 млн. дал., что сопровождалось ростом складских запасов до 146% на 1 января 2014 г. вследствие роста акцизов и вымыванием оборотных средств вследствие проблем с реализацией.

Алкогольный рынок Беларуси находится полностью под контролем отечественных производителей. Удельный вес ликероводочной продукции белорусского производства на алкогольном рынке Беларуси составляет 96,8%. Однако со вступлением России в ВТО белорусский рынок алкоголя станет частью единого рынка стран Таможенного союза. В настоящее время разрабатывается проект соглашения «Об обороте этилового спирта, алкогольной спиртосодержащей продукции на единой таможенной территории Таможенного союза и ЕЭП». Поэтому отечественные игроки обеспокоены, сумеют ли они сохранить свои позиции в условиях конкуренции с зарубежными компаниями и транснациональными корпорациями.

В Беларуси в 2015 г. снижаются основные квоты на производство алкоголя. Утвержденные Постановлением Совета Министров квоты на производство алкогольной продукции предусматривают снижение производства Советского шампанского и других игристых вин – на 21% до 1700 тыс. дал. Также предусмотрено сокращение производства таких видов алкогольной продукции, как водка и ликероводочные изделия на 4% до 14717 тыс. дал, фруктово-ягодных натуральных вин

на 5% до 14968 тыс.дал. На 22 % снижена квота на производство бренди до 55 тыс.дал. Квоты на производство коньяка и рома установлены в 492 тыс.дал (на 7,4% больше уровня 2013 г) и 23 тыс.дал (на 76% больше). Данные квоты отражают реализацию мероприятий в рамках Государственной программы национальных действий по предупреждению и преодолению пьянства и алкоголизма на 2011-2015 годы.

В 2013 году Беларусь стала лидером по потреблению алкоголя на душу населения в мире - 17,5 литров на каждого жителя, начиная с 15-летнего возраста. По данным ВОЗ, в 2013 г. Беларусь заняла первое место в рейтинге стран мира по потреблению алкоголя – 17,5 л на душу населения, начиная с 15-летнего возраста. В среднем в год белорусский мужчина выпивает 27,5 литра чистого спирта. Основная доля приходится на крепкие спиртные напитки, которые занимают 46,6% от всего выпиваемого алкоголя. Потребление легального алкоголя составляет 14,4 литра, нелегального – 3,2 литра. Согласно прогнозам ВОЗ, потребление алкоголя в стране будет постепенно падать на 200 гр. спирта в год.

Продажи алкогольной продукции по некоторым позициям в 2014 г. снизились. 2014 г. ознаменовался снижением продаж некоторых позиций алкогольной продукции в пересчете на абсолютный алкоголь. Падение продаж коснулось следующих позиций: водка, ликероводочные изделия и плодово-ягодные вина. Самое большое падение продаж наблюдается в сегменте плодово-ягодные вина (- 13 %), а также в сегменте продаж водки (-8,9 %). Спад был вызван ростом ставок акцизов на пищевой этиловый спирт и алкогольную продукцию, что, вследствие эластичности спроса, привело к значительному снижению продаж. Падение реализации других ликероводочных изделий (на 1,6 %) было вызвано активной политикой правительства. Вместе с тем, следует отметить рост продаж коньяков и коньячных изделий (на 26,5 %), а также виноградных вин (+4,7 %). Структура продаж алкогольной продукции не претерпела существенных изменений.

В Беларуси в 2014 г. объем производства основных алкогольных напитков составил 70,7 млн. дал. и снизился по сравнению с 2012 г. на 5,8%. Значительное снижение наблюдалось в производстве водки, которая составила 18,0 % в общей структуре производства алкогольной продукции – на 13% по сравнению с 2013 г., что сопровождалось ростом складских запасов до 146% на 1 января 2015 г. Повышение акцизов привело к вымыванию оборотных средств производителей ликероводочных изделий вследствие проблем с реализацией. Кроме того, на 7% до 11,2 млн. дал. упало производство плодовых вин, которые составили 16% в общей структуре производства алкогольной продукции. Производство пива, напротив, несколько увеличилось на 2,3 % до 43,1 млн.дал. Значительно упало производство игристых вин на 21,8 % по сравнению с 2013 г. до 1,4 млн.дал. Рост производства был отмечен только в производстве коньяка, которое увеличилось на 10,1 % по сравнению с 2013 г. до 0,338 млн.дал. Тем не менее, данные алкогольные напитки занимают незначительную долю в общей структуре производства алкогольной продукции – 2,46 и 0,42 % соответственно, и рост их производства не смог кардинально изменить картину снижения темпов производства.

На протяжении 2006-2009 гг. наблюдалось значительное падение экспорта



ликероводочных изделий с 35,3 до 6,2 млн. долл. Однако, в 2010 г. экспорт ликероводочных изделий вырос на 132% по сравнению с 2009 г. В 2014 г. положительная тенденция продолжилась: белорусские производители увеличили объемы поставок на экспорт (в денежном выражении) на 46% до 84,6 млн. долл. Значительное падение экспорта водки и ликероводочных изделий до 2009 года объясняется сложностями работы на зарубежных рынках, где белорусские производители оказались неконкурентоспособными по цене, а маркетинговые стратегии для выхода на более высокие ценовые сегменты были недостаточно проработаны. В Беларуси наблюдается превышение темпов роста производства алкогольной продукции над темпами роста потребления. Кроме того, из-за постоянного роста акцизов (так, с 1 января 2014 г. на 14,5 %) продажи на внутреннем рынке затруднены, и единственным способом для разгрузки складов является увеличение экспорта. Основной статьей экспорта алкогольной продукции Беларуси являются ликероводочные изделия, больше половины из которых приходится на водку.

Структура экспорта ликероводочных изделий из Республики Беларусь достаточно диверсифицирована. Белорусская алкогольная продукция экспортируется в 28 стран мира. В структуре экспорта ликероводочных изделий Беларуси первое место занимает Россия с долей в 27%. Вход на рынок алкогольной продукции соседней страны, который практически полностью поделен между частными игроками, для белорусских производителей является весьма проблематичным, так как требует значительных финансовых затрат (учреждение организации с уставным фондом в 5 млн. долл., затраты на маркетинг и дистрибуцию). Дополнительным рынком сбыта для отечественной ликероводочной продукции является ЕС, а также Украина и Казахстан. Импорт алкогольных напитков в Беларусь, в основном, представлен виноградными винами и ликероводочными изделиями. Импорт ликероводочных изделий в 2014 г. составил 75,1 млн. долл., что на 37% больше, чем в 2013 г. Значительную роль в импорте ликероводочной продукции занимают коньячные изделия, доля которых увеличилась до 33 % в 2014 г. (в 2013 г. она составила 29,6 %) Импорт виноградных вин в 2014 г. составил 65,2 млн. долл., что на 11,7% больше, чем в 2013 г. Основными поставщиками алкогольных напитков в Беларусь являются Молдова, Грузия, Армения, Франция, Украина и Великобритания.

Главным фактором, сдерживающим импорт алкоголя, является принцип, согласно которому свободно ввозиться в Беларусь могут только дорогие напитки, а дешевый и даже среднеценовой сегменты закрыты. Именно по этой причине только 3% потребляемой в Беларуси алкогольной продукции в бутылированном виде, приходится на долю импортных напитков. При этом 51% импорта приходится на вино, 26% – на коньяки, 17% - на виски, 7% – на водку.

Основными производителями алкогольной продукции являются местные компании, большинство из которых принадлежат государству. Согласно данным "Белгоспищепрома", количество производителей водки и ЛВИ с 2005 года увеличилось с 17 до 25 предприятий в 2012 г. 18 из них подконтрольны государству. За указанный период производственные мощности увеличились в 2 раза. Если на начало 2005г. этот показатель составлял 13,6 млн дал, то начало 2011 г. – 26,1 млн дал. Белорусских производителей алкогольной продукции условно можно разде-

лить на три группы. Первая представлена в единственном числе заводом "Минск Кристалл". Это самый крупный производитель, доля которого занимает 34% белорусского рынка. Более того, успехи столичного госпредприятия отмечены на международном уровне. По версии издания DrinksInternational, его продукция вошла в топ-50 всех самых продаваемых алкогольных напитков. Вторая группа производителей водки и ЛВИ представлена пятью крупнейшими государственными предприятиями, которые дислоцируются в каждой области Беларуси. Речь идет о ГП "Придвинье" (г. Витебск), ОАО "Белалко" (г. Брест), ОАО Климовичский ЛВЗ (г. Могилев), РУП "Радамир" (г. Гомель) и РУП "Неманофф" (г. Брест). Их суммарная доля оценивается примерно в 40-45%. Третья группа – это частные производители крепкого алкоголя. Группа наименее представительная, но среди них выделяются три довольно сильных игрока с общей долей в 17-20%. В первую очередь стоит отметить "Малиновщизненский спиртоводочный завод – "Аквадив", который базируется недалеко от г. Молодечно. Его владельцами являются белорусский бизнесмен Владимир Педтиев и ОАО "Минск Кристалл". Частно-государственное партнерство обеспечило "Аквадиву" место в числе пяти ведущих производителей крепкого алкоголя. 6 июня 2012 г. также начало свою работу ООО «Армянский стандарт» (Минск) под руководством Александра Худолеева, которое занимается розливом армянского коньяка, производимого ОАО «Ереванский коньячно-вино-водочный комбинат «Арарат», которому и принадлежит 69 % акций. В Минской области также базируется Завод виноградных вин "Дионис", основанный в 2003г. бизнесменом Сергеем Бороком, ранее занимавшимся импортом алкоголя. Его производство расположено недалеко от города Заславль. В 2013 г. компания переименована в ООО «Завод «Бульбаш» в честь алкогольного напитка, определившего стратегию и путь развития компании.

**Герасимчук Л.И**

## **МИРОВОЙ РЫНОК ЗЕРНОВЫХ КУЛЬТУР**

### **1 Историческая справка Международного соглашения по пшенице**

Начало многостороннего институционализированного сотрудничества в области зерновых относится, по крайней мере, к 1934 году, когда в ответ на постоянные проблемы, связанные с избыточным предложением, низкими ценами и распространением политики протекционизма в сельском хозяйстве, между рядом стран-экспортеров и импортеров была достигнута договоренность о заключении Международного соглашения по пшенице. Его протекционистские "экономические положения" не могли действовать эффективно, однако Консультативный комитет по пшенице (переименованный в 1942 году в Международный совет по пшенице) продолжал функционировать в качестве основного места для проведения дискуссий и переговоров, а также центра по сбору и анализу информации.

После нескольких попыток в 1949 году вступило в силу новое Международное соглашение по пшенице. Его основной целью было поддержание стабильных цен и обеспечение поставок зерна в страны-импортеры в условиях его послевоенной нехватки и высоких цен на мировых рынках пшеницы. Это Согла-

шение приняло форму многостороннего договора между странами-экспортерами и импортерами пшеницы, предусматривавшего установление обязательных диапазонов цен и обязательства по поставкам и закупкам. Однако, в отличие от соглашения 1934 года, оно не ограничивало участников в объеме экспорта или производства. Местопребыванием Международного совета по пшенице (МСП) стал Лондон.

## **2 Конвенция о торговле зерном**

Текст Конвенции о торговле зерном 1995 года был утвержден на конференции правительств, созванной Международным советом по пшенице 7 декабря 1994 года. Текст Конвенции об оказании продовольственной помощи 1995 года был утвержден Комитетом по продовольственной помощи 5 декабря 1994 года и изменен 13 марта 1995 года. Конференция правительств, проведенная в Лондоне 6 июля 1995 года, ввела в силу обе конвенции с 1 июля 1995 года.

Целям Конвенции являются:

- содействовать международному сотрудничеству во всех областях торговли зерном, особенно в той степени, в какой они затрагивают положение с продовольственным зерном;

- способствовать расширению международной торговли зерном и обеспечивать наиболее свободное развитие такой торговли, включая ликвидацию торговых барьеров и недобросовестной и дискриминационной практики, в интересах всех участников, в частности, из числа развивающихся стран;

- в возможно более полной мере способствовать стабилизации международных рынков зерна в интересах всех участников, укреплять мировую продовольственную безопасность и содействовать развитию стран, чья экономика в значительной степени зависит от коммерческих продаж зерна;

- обеспечить форум для обмена информацией и обсуждения вопросов торговли зерном, вызывающих озабоченность участников.

Текущая Конвенция о торговле зерном 1995 года (КТЗ) является последней в обширном ряду многосторонних соглашений о сотрудничестве, действующих с 1949 года. КТЗ распространяется на торговлю пшеницей, кормовым зерном (кукуруза, ячмень, сорго и другие виды зерновых), рисом, маслосеменами и продуктами на их основе. Она направлена на:

- дальнейшее расширение международного сотрудничества в торговле зерном;

- содействие развитию зернового сектора, утверждению в нем открытости и справедливости;

- также должна способствовать стабилизации зернового рынка и укреплению мировой продовольственной безопасности.

Достижение этих целей обеспечивается за счет повышения прозрачности рынка через обмен информацией, осуществление исследований и проведение консультаций по рынку зерна и изменениям в области аграрной политики. В рамках Конвенции также учрежден Международный совет по зерну в качестве межправительственного форума в области сотрудничества по вопросам торговли зерновыми.

### **2.1 Конвенция о продовольственном содействии**

Переговоры о новой Конвенции о продовольственном содействии были начаты в начале 2011 года. Текст Конвенции о продовольственном содействии был принят 25 апреля 2012 года Участниками переговоров, утвержден Комитетом продовольственного содействия и 11 июня 2012 года открыт для подписания ООН. Конвенция вступила в силу 1 января 2013 года.

Новая Конвенция о продовольственном содействии расширяет традиционные рамки прежних Конвенций об оказании продовольственной помощи, охватывая все формы продовольственного содействия, что позволит обеспечить защиту и улучшить доступ к продовольствию для наиболее нуждающихся слоев населения. Новая Конвенция включает новую структуру обязательств, более широкий арсенал соответствующих видов деятельности и продуктов продовольственного содействия, а также механизм улучшения прозрачности и отчетности

### 3 Международный совет по зерну (МСЗ)

Состав МСЗ формируют все участники Конвенции о торговле зерном. Каждый год Совет проводит две регулярные сессии, обычно в июне и декабре. В круг его обязанностей входит наблюдение за осуществлением КТЗ, обсуждение текущего состояния и перспектив мирового рынка зерна, а также отслеживание изменений в национальной зерновой политике и их воздействия на рынок. Содержащиеся в КТЗ определение зерновых было расширено и с 1 июля 2009 года включает рис, а с 1 июля 2013 года – маслосемена. Он может заниматься разработкой и спонсированием связанных с зерном проектов, реализуемых в странах-участницах и финансируемых Общим фондом для сырьевых товаров.

Совет обычно принимает свои решения путем консенсуса, хотя предусмотрена и процедура голосования. Каждому участнику присваивается статус импортера или экспортера, исходя из его среднего объема торговли зерном. Председатель и Заместитель Председателя Совета избираются ежегодно с соблюдением принципа ротации между представителями участников-экспортеров и импортеров. Деятельность Совета финансируется за счет ежегодных взносов его участников, которые определяются пропорционально их доле в мировой торговле зерном. Бюджет на 2014/15 финансовый год составляет 1,74 млн. фунтов стерлингов.

### Список литературы

1. Значение зерновых культур для человека / Конспект. – URL: <http://konspekts.ru/ekonomika-2/ekonomika-apk/razvitie-zernovoj-otrasli-v-mire/>. Дата доступа: 29.06.2015

2. Значение зерновых культур для человека / Мир науки. – URL: <http://worldofscience.ru/geografija-mira/2342-zernovye-kultury-v-mire.html>. Дата доступа: 29.06.2015

3. История создания международного совета по зерну / Международный совет по зерну. – URL: <http://www.igc.int/ru/aboutus/default.aspx>. Дата доступа: 29.06.2015

4. Конвенция о торговле зерном / Международный совет по зерну. – URL: [http://www.igc.int/ru/downloads/brochure/iga1995\\_r.pdf](http://www.igc.int/ru/downloads/brochure/iga1995_r.pdf).

**М.Г. Дурдыева**  
**ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ РЫНКА НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ**  
**ИНВЕСТИЦИЙ**

Негосударственный пенсионный фонд может быть создан как юридически, так и физическими лицами. Учредители не имеют прав на переданное фонду имущество, которое является его собственностью. При этом фонд отвечает по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом. Однако учредители, вкладчики и участники, а также государство не отвечают по обязательствам фонда, равно как и фонд не отвечает по обязательствам его учредителей, вкладчиков, участников и государства. Создание негосударственного пенсионного фонда должно быть узаконено актом государственной регистрации. После этого фонд приобретает права юридического лица. После завершения процедуры лицензирования фонд получает право на осуществление деятельности по негосударственному пенсионному обеспечению населения.

Совокупный вклад учредителей фонда на дату получения лицензии на осуществление деятельности по негосударственному пенсионному обеспечению должен быть не менее 15000-кратного размера установленного законом минимального размера оплаты труда. Учредительными документами фонда являются устав и учредительный договор. Устав фонда должен содержать:· полное и сокращенное наименования фонда, причем в наименование должны быть включены слова «негосударственный пенсионный фонд», сведения о его местонахождении;· положения о предмете и целях деятельности фонда;· сведения о структуре и компетенции органов управления фонда, нормах представительства в органах управления;· положения о порядке назначения на должность и освобождения от должности должностных лиц, принятия решений, опубликования отчетов, осуществления контроля за деятельностью фонда, реорганизации и ликвидации фонда, распределения доходов от размещения пенсионных резервов, а также о порядке распределения имущества при ликвидации фонда.

Негосударственные пенсионные фонды, в отличие от акционерных обществ, обязаны заключать еще и учредительный договор, который должен содержать:· полное и сокращенное наименования фонда, сведения о его местонахождении;· положения о предмете и целях деятельности фонда;· сведения о составе учредителей;· сведения о размере совокупного вклада учредителей при создании фонда;· сведения об органах управления фонда и о порядке управления деятельностью фонда;· перечень обязательств учредителей фонда по созданию фонда и обеспечению его деятельности, сведения об условиях передачи учредителями имущества фонду и участия учредителей в формировании совокупного вклада;· положения о порядке дополнительного приема в состав учредителей фонда и выхода из состава учредителей фонда.

Основы деятельности негосударственных пенсионных фондов Фонд в соответствии с уставом выполняет следующие функции:· разрабатывает условия негосударственного пенсионного обеспечения участников;· заключает пенсионные договоры;· аккумулирует пенсионные взносы;· ведет пенсионные счета, информирует вкладчиков и участников о состоянии указанных счетов;· заключает дого-

вор с управляющим фондом;· формирует и размещает самостоятельно или через управляющего собственные средства, включая пенсионные резервы;· ведет в установленном порядке бухгалтерский учет;· осуществляет актуарные расчеты;· производит выплаты негосударственных пенсий;· осуществляет контроль за своевременным и полным поступлением средств в фонд и исполнением своих обязательств перед участниками;· предоставляет в установленном государственным уполномоченным органом порядке информацию о своей деятельности. Негосударственные пенсионные фонды выполняют свои обязанности в соответствии с выработанными правилами, которые содержат перечень видов пенсионных схем, положения об ответственности фонда перед вкладчиками, об условиях внесения пенсионных взносов в фонд, порядке формирования и размещения пенсионных резервов, условиях выплаты негосударственных пенсий.

Условия выполнения фондом принятых обязательств сопровождаются пенсионным договором. Пенсионный договор представляет собой юридический документ, регулирующий взаимоотношения негосударственного пенсионного фонда и вкладчика. К нему предъявляются особые требования. Например, пенсионный договор должен содержать:·наименование сторон;· сведения о предмете договора;· положения о правах и обязанностях сторон;· положения о порядке и условиях внесения пенсионных взносов;· вид пенсионной схемы;· пенсионные основания;· положения о порядке выплаты негосударственных пенсий;· положения об ответственности сторон за неисполнение своих обязательств;· сроки действия и прекращения договора;· положения о порядке и условиях изменения и расторжения договора;· положения о порядке урегулирования споров;· реквизиты сторон. Характеристика собственного имущества фонда. Собственное имущество фонда подразделяется на имущество, предназначенное для обеспечения основной деятельности фонда, и пенсионные резервы. Имущество фонда формируется за счет вкладов учредителей, целевых взносов вкладчиков, дохода фонда от размещения пенсионных резервов, благотворительных взносов и других поступлений. Для обеспечения платежеспособности по обязательствам перед участниками фонд формирует страховой и пенсионные резервы. Источниками их образования являются пенсионные взносы и доходы фонда от размещения пенсионных взносов.

Проблемы деятельности негосударственных пенсионных фондов в России и пути их решения. Не побоюсь повториться, что накопительный компонент пенсионной системы реализуется в рамках негосударственного пенсионного обеспечения, осуществляемого негосударственными пенсионными фондами на основе договорных отношений с середины 90-х годов, а также в рамках обязательного пенсионного страхования на основе публичного права с 2002 года. В ходе реформы всем гражданам России без исключения была предоставлена возможность управлять накопительной частью трудовой пенсии, т.е. им предоставляется право выбирать, где будет формироваться накопительная часть, кто будет заниматься формированием дохода на эти средства с целью их прироста. Реформа осуществляется уже почти 10 лет и, в систему негосударственного пенсионного обеспечения было привлечено более 6,6 млн. человек, вместе с тем, потенциал негосударственного пенсионного обеспечения, организационной платформой для которого является система некоммерческих негосударственных пенсионных фондов, в на-

стоящее время в значительной степени недоиспользуется.

Несмотря на удачный опыт негосударственного пенсионного обеспечения и важности участия НПФ в данной системе, достигнутые к настоящему моменту результаты деятельности НПФ и страховых компаний, осуществляющих операции по долгосрочному страхованию жизни, являются не совсем удовлетворительными.

Долгосрочный инвестиционный потенциал НПФ не реализуется в полной, не нацелена на формирование инвестиционного ресурса и существующая система налогообложения. В отличие от большинства западных стран, в России взносы в пенсионные фонды и доход, полученный от инвестирования средств, подлежат налогообложению, а выплаты пенсий, напротив, освобождены от налога.

### **Заключение**

Актуальность исследования особенностей функционирования негосударственных пенсионных фондов как участников инвестиционного процесса обусловлена их возрастающей ролью на финансовом рынке.

В ходе выполненной дипломной работы была проанализирована роль негосударственных пенсионных фондов как институциональных участников

финансового рынка и сделан вывод о том, что негосударственные пенсионные фонды обладают рядом преимуществ и значительным потенциалом в мобилизации долгосрочных финансовых ресурсов, что при правильной организации инвестиционного процесса позволит активно воздействовать на стратегические аспекты экономики страны: способствовать ускоренной реализации национальных проектов, развитию финансовых рынков.

В связи с нарастающей ролью негосударственных пенсионных фондов выделена влияние инвестиционной деятельности негосударственных пенсионных фондов на экономическое и социальное развитие региона. Значительные трудности испытывают региональные фонды в связи с неразвитостью инфраструктуры финансового рынка. Кроме того, крупнейшие НПФ, имея развитую сеть на территории страны, собирая средства в субъектах РФ, не всегда здесь же их и инвестируют. Отсюда - отток инвестиций из региона.

Отдельным вопросом рассмотрены особенности инвестиционной деятельности одного из негосударственного пенсионного фонда ОНПФ «Доверие», обладающего значительным объемом пенсионных резервов, работающий с различными управляющими компаниями. Фонд в очередной раз оправдал доверие и ожидания участников, вкладчиков, застрахованных лиц, сохранил свои позиции на рынке пенсионных услуг. Поскольку большую часть активов негосударственные пенсионные фонды размещают через профессиональные управляющие компании по договорам доверительного управления, в работе предложена методика выбора управляющих компаний ОНПФ «Доверие». А так же рассмотрены возможности совершенствования пенсионного законодательства и его регулирования.

По нашему мнению, внедрение предложенных в работе рекомендаций по теме исследования позволит повысить качество управления деятельности негосударственных пенсионных фондов.

Негосударственные пенсионные фонды в России, несмотря на все перечисленные трудности и проблемы, будут жить, и развиваться, - поскольку они объек-

тивно нужны всем. Для населения России обращение к услугам НПФ – вопрос времени и доверия.

### **Список литературы**

1. Дорохов, Е.В. Статистическое исследование деятельности институциональных инвесторов на фондовом рынке, Финансы и бизнес, 2010.-№2.С.50-76.
2. Федеральный закон от 07.05.1998 № 75-ФЗ «О негосударственных пенсионных фондах».
3. Федеральный закон от 24.07.2002 № 111-ФЗ «Об инвестировании средств для финансирования накопительной части трудовой пенсии в Российской Федерации»;
4. Постановление Правительства Российской Федерации от 01.02.2007 № 63 «Об утверждении Правил размещения средств пенсионных резервов негосударственных пенсионных фондов и контроля за их размещением».
5. Постановлении Правительства РФ №63 от 01 февраля 2007 «Об утверждении Требований по формированию состава и структуры пенсионных резервов негосударственных пенсионных фондов и контроля за их размещением».
6. Сетченкова, Л.А. Цели формирования инвестиционного портфеля негосударственными пенсионными фондами, Финансы и кредит,2010.-№26.-С.69-72.
7. URL<http://www.fcsm.ru> - Федеральная служба по финансовым рынкам (дата обращения : 15.07.2016).
8. <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-funktsionirovaniya-negosudarstvennyh-pensionnyh-fondov-v-ukraine-i-ih-rol-v-razvitii-finansovogo-rynka>.

**Казарян Д.Г.**

### **ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГЛОБАЛЬНОГО РЫНКА В МЕЖДУНАРОДНОМ МАРКЕТИНГЕ**

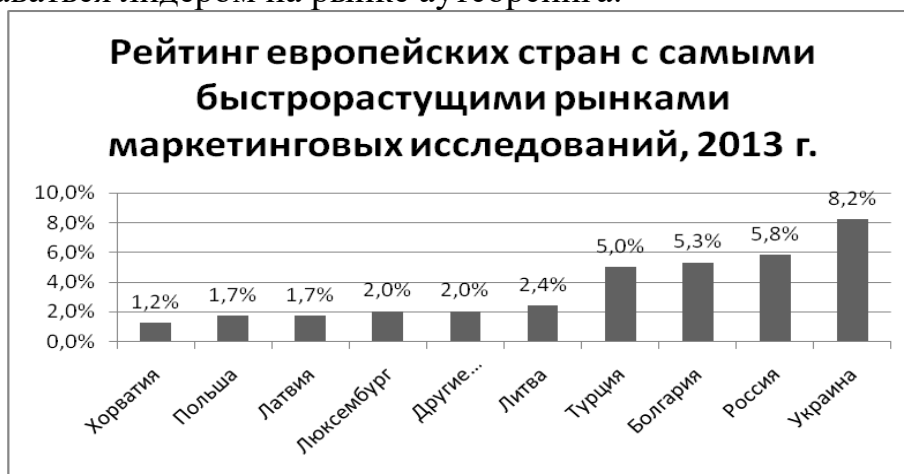
Несмотря на сложную ситуацию в мировой экономике, глобальный рынок маркетинговых исследований растет. Так, в 2013 году его оборот достиг 40,287 млрд. долларов США, годовой рост составил 2,8 % или 0,7% с учетом инфляции.

Основной проблемой Европы является тенденция к снижению оборотов. Третий год подряд наблюдается спад: на 0,4% в валовом выражении и на 1,4% с учетом инфляции. В денежном выражении оборот рынка по итогам 2013 года составил 16,005 млрд. долларов США. Из 15 стран ЕС только Франция, Нидерланды, Дания и Люксембург продемонстрировали чистый прирост от 0,1% до 2,0%. Двигаясь против течения, в последние годы Германия также демонстрирует стабильный рост. Однако сейчас рынок переживает небольшой спад (0,5%) из-за усилившейся внешней конкуренции. Великобритания, являясь самым крупным рынком Европы, демонстрирует положительный рост (в местной валюте) впервые после 2008 года, но с учетом инфляции результат выражается в падении на 1,4%. Южно-европейские рынки, пострадавшие от кризиса больше всего, не смогли вернуться на прежний уровень и опять продемонстрировали снижение оборотов с 1,3% в Греции до 22,4% в Португалии. Общий показатель роста для всех 15 стран



ЕС был зафиксирован на отметке 1,9%. Новые страны-члены ЕС вернулись к положительным показателям, демонстрируя годовой положительный прирост на 2,0%, и 0,4% с учетом инфляции. Польша является самым крупным рынком среди стран, недавно вступивших в ЕС (почти вдвое больше рынка Чехии). По итогам 2013 года в Польше был зафиксирован рост на 1,7%, что на 3,1% выше, чем средний показатель в Европе. Такой рост обусловлен увеличением количества исследовательских проектов. В целом 7 из 12 новых стран-участниц ЕС продемонстрировали рост оборотов. Для сравнения Кипр продемонстрировал самые низкие результаты, падение рынка составило 36,9%. Глядя на рейтинг самых быстро развивающихся стран, мы видим, что в 2013 году Украина претендует на звание самой быстро развивающейся страны, чьи продажи возросли на 8,2% (по сравнению с 24,8% в 2012). В 2013 произошло уменьшение ввиду нестабильной политической ситуации в стране.

Россия, Болгария и Турция также демонстрируют непрерывный рост. Россия увеличила свои показатели благодаря возросшим инвестициям в исследовательский рынок и расширению ритейлерской сети, в то время как Болгария продолжает оставаться лидером на рынке аутсорсинга.



Начиная с 2000 года, Северная Америка является самым быстро развивающимся регионом. Этот рынок демонстрирует положительную динамику уже четвертый год подряд: годовой прирост составляет 4,4% или 2,9% с поправкой на инфляцию. Оборот региона подскочил до 15,705 миллионов долларов США, что на 638 миллионов больше по сравнению с предыдущим годом (что практически соответствует общему размеру канадского рынка). В результате регион увеличил свою долю на рынке на 2%, и теперь она составляет 39%. В частности США продолжили восстановление рынка, демонстрируя годовой прирост на 4,2% (в местной валюте) или 2,7% с учетом инфляции. Канаде удалось достичь еще более впечатляющих результатов и продемонстрировать рост на 8,4% или 7,4% с учетом инфляции, что вывело показатели регионального рынка на новый уровень. Итоги развития трех крупнейших секторов рынка MR в рассматриваемом регионе Северной Америки таковы: продажи по фармацевтическим проектам увеличились на 3% и превысили прибыль от FMCG-проектов, продажи которых упали на 9%. А продажи проектов по медиа измерениям, самого крупного сектора, увеличились на 22%.

Четвертый год подряд азиатско-тихоокеанский регион демонстрирует на-

рачивание оборотов. При этом очевидно, что темпы роста замедлились и достигли самых низких результатов после 2010 года. Объем продаж в регионе составляет 5,998 млрд. долларов США, что соответствует годовому приросту на 3,9%, или 1,6% с учетом инфляции. Японии и Китаю принадлежит общая доля в 59% от всего оборота региона, однако в обеих странах наблюдается снижение темпов роста. Япония близка к стагнации и демонстрирует рост всего на 0,5 % (в местной валюте) после того, как в 2012 году в стране началось активное восстановление экономики. В пересчете на американские доллары Японии пришлось отказаться от 1% доли мирового рынка из-за слабой йены и позволить Китаю, который демонстрирует результат всего на 9% ниже по сравнению с Японией, набирать обороты, хотя в 2012 году показатели Китая были ниже на 26%. Темпы роста в Китае снизились с 11,2% в 2012 году до 4,4% в 2013 году. Тем не менее, развитие региона происходит благодаря стабильному росту китайского рынка. Компании средних размеров усиливают свои позиции, а молодым компаниям приходится бороться за выживание в связи с жесткой ценовой конкуренцией.

Как и в 2012 году Мьянма возглавляет рейтинг самых быстро развивающихся стран региона. Бангладеш, Лаос, Камбоджа и Пакистан также демонстрируют темпы, которые выражаются двузначными числами. Новые игроки стимулируют рост рынка в Бангладеш, хотя тот факт, что клиенты хотят получить больше за меньшие деньги, негативно влияет на прибыль компаний. Пакистану удалось повысить показатели благодаря выборам в 2013 году, во время которых многие политические партии выступили инициаторами крупномасштабных исследовательских проектов. Шри-Ланка, Вьетнам и Гонконг демонстрирует самые низкие показатели в регионе. Рынки Вьетнама и Гонконга сократились на 2,6% и 3,4% соответственно. Гонконг уступает свои позиции сразу двум странам - Китаю и Сингапуру. На рынках Шри-Ланки было зафиксировано падение на 12,5%, вызванное урезанием бюджета и сокращением количества заказов от международных клиентов.

Латинской Америке пришлось отказаться от титула самого быстро развивающегося региона, присвоенного ей в 2012 году. Региону удалось достичь рекордного роста в годовом выражении в местной валюте - 6,6%. Однако с учетом инфляции данный показатель превращается в довольно низкий - 0,1%. Общий оборот региона составляет 1,92 млрд. долларов США. Мексика - единственная страна из 18 стран региона, продемонстрировавшая снижение оборота до корректировки на инфляцию. При этом с учетом инфляции 6 рынков региона, включая Бразилию, Венесуэлу, Уругвай, Гватемалу, Никарагуа и Гондурас показывают снижение продаж. Так, например, Венесуэла демонстрирует самый большой годовой прирост на 38,9%, но с учетом высокой инфляции (40,7) этот рост превращается в падение на 1,3%. Исследовательский рынок Бразилии, которому принадлежит 38% региональных продаж, вырос на 3,2 % за счет онлайн исследований в период, когда в стране не проводились выборы. Но поправка на инфляцию приводит к общему результату в -2,8%. Являясь вторым по величине, рынок Мексики демонстрирует самое значительное падение на 5,9%, что напрямую связано со слабой экономикой страны.

Если взглянуть на рейтинг стран самых быстро развивающихся рынков, то

лидирующие позиции в нем занимают Аргентина, Перу, Парагвай и Доминиканская республика, чьи показатели превысили уровень ВВП. Так, Аргентине удалось увеличить продажи за счет заказов на панельные исследования, а Перу, например, повысили свои показатели благодаря возросшему количеству онлайн исследований.

Африканский рынок сократился на 1,2%. Его оборот опустился до отметки в 382 млн.долларов США. Регион демонстрирует существенный рост на 5%, но, к сожалению, с учетом инфляции эти показатели становятся отрицательными.

Южная Африка, являясь самым крупным рынком региона, сейчас переживает не самые лучшие времена. Годовой прирост снизился с 10,8% в 2012 году до 3,6% в 2013 году. И с учетом высокой инфляции рост обернулся падением на 2,0%. Стране удалось улучшить свои показатели за счет расширения ассортимента, увеличения объема онлайн исследований (включая мобильные исследования), а также общей диверсификации рынка и бизнеса. Однако темпы роста замедлились из-за жестких условий рынка: ограничение масштабов и возможностей, сокращения бюджетов, ценовое давление и нестабильная политическая ситуация в остальных странах Африки. В американских долларах объем рынка в 2013 году снизился до 219 миллионов, что соответствует показателям 2010 года и свидетельствует об ослаблении южноафриканского ранда. Демонстрируя рост чистой прибыли на 7,3%, Западная Африка достигла не менее значимых результатов, несмотря на то, что размер рынка данного региона равен лишь одной трети южноафриканского. Нигерии, являющейся самым быстро развивающимся рынком региона, удалось увеличить свои показатели за счет иностранных инвестиций. Нигерия может продемонстрировать еще более высокие результаты, как только стабилизируется экономическая ситуация в США и Европе, что в свою очередь активизирует международных клиентов. Показатели Восточной Африки выросли на 3,3%, но в целом рост превращается в падение на 11,4% при корректировке на инфляцию. Кения, стимулировавшая рост показателей региона в 2012 году и продемонстрировавшая рост на 13,7%, не смогла удержать темпы роста на том же уровне и вновь впала в рецессию уже второй раз за последние три года, продемонстрировав падение на 13,7%. Данная тенденция связана со снижением объемов полевых и телекоммуникационных исследований, снижением цен и недостатком квалифицированных исследователей, а также растущей конкуренцией извне.

Странам Ближнего Востока, очевидно, удалось выйти из кризиса, так как данный регион демонстрирует рост на 4,2 % по сравнению с показателями прошлого года. Хотя этот, казалось бы, очевидный скачок превращается в падение на 1,2% после поправки на инфляцию. Анализ основных показателей доказывает, что региональная картина весьма разнообразна. Совет сотрудничества государств Персидского залива (GCC), на долю которого приходится 57% всех продаж региона, не останавливается на достигнутом и вот уже третий год подряд демонстрирует рост показателей, компенсируя сильное падение в других регионах, вызванное непрекращающимися конфликтами. Так, например, в Египте наблюдается сокращение рынка на 8%. Местный исследовательский рынок находится в упадке с 2009 года. Рынок Израиля переживал стагнацию в течение нескольких лет, и теперь в связи с ситуацией в секторе Газа экономические перспективы на 2014 года

не кажутся столь радужными. Более положительных результатов достиг ливанский рынок, прибыль которого выросла на 38,9%, что связано с запуском компанией GfK панели для измерения телевизионной аудитории, а также увеличением объемов ритейл аудита. Однако необходимо отметить, что международные продажи упали в связи с продолжительными беспорядками в соседних странах, таких как Сирия. Впервые за все время Иран и Ирак продемонстрировали рост показателей и связано это с тем, что появилась возможность получать более точную информацию. Показатели Ирана сократились на 11,2% из-за ограничения культурных и торговых связей. Соседний Ирак демонстрирует падение на 45,5%, сократив свой оборот до 5 миллионов долларов США по сравнению с показателями 2010 года (20 миллионов), так как американское правительство перестало инвестировать средства, на которые приходилось примерно 80% всех продаж. Кроме того, многие проекты пришлось приостановить из-за нестабильной политической ситуации[1].

Сегодня необходимость проведения маркетинговых исследований в *Беларуси* обусловлена рядом причин:

Во-первых, это инвестиционные проекты, которые реализуются в *Республике Беларусь* (это открытие и модернизация производств). Они требуют глубокой проработки маркетинговой составляющей проекта, которая возможна только при проведении комплексного маркетингового исследования.

Во-вторых, растет уровень конкуренции во всех сегментах рынка. Чем выше уровень конкуренции, тем сложнее борьба за потребителя. И уже сегодня такое понятие как оптимальное соотношение «цена-качество» просто изжило себя. Поэтому ключевым звеном в создании цепочки ценностей для потребителя становится маркетинговая составляющая продукта, начиная от его позиционирования и заканчивая сервисом [2].

Таким образом, специалисты выделяют следующие параметры и тенденции развития мирового рынка маркетинговых исследований в 2013 году:

– в 49 странах обороты исследовательского рынка выросли, а в 40 – снизились (все с учетом инфляции);

– основным драйвером развития мирового рынка маркетинговых исследований является североамериканский регион, на который приходится 39% продаж в мире и чистый прирост которого составил 2,8%;

– Азиатско-тихоокеанский регион занимает второе место по величине, продемонстрировав положительный рост в 2013 году;

– Латинская Америка, до этого демонстрировавшая лучшие показатели, в 2013 году снизила свои обороты на 0,1% в результате инфляции и падения крупнейших рынков региона – в Бразилии и Мексике;

– Европа все еще преодолевает последствия экономического кризиса, и третий год подряд демонстрирует падение рынка;

– Ближний Восток и Африка демонстрируют стабильный рост в абсолютном выражении, но с учетом инфляции рынок показывает падение в этом регионе[1].

## **Список литературы:**

1. Мировой рынок маркетинговых исследований продолжает расти – URL: [http://www.r-trends.ru/trends/trends\\_971.html](http://www.r-trends.ru/trends/trends_971.html) Дата обращения: 09.07.2016

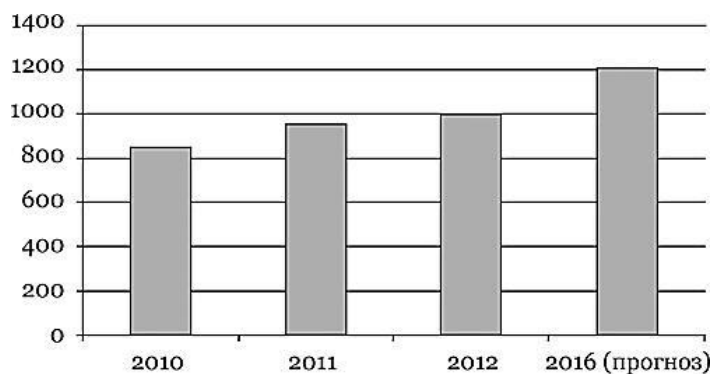
2. Анализ белорусского рынка маркетинговых исследований. – URL: <http://marketing.by/analitika/v-2008-godu-beloruskiy-gynok-marketingovykh-issledovaniy-vyros-ne-menee-chem-na-30/> Дата обращения: 09.07.2016

**И.А Котлярова**

## **МИРОВОЙ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЫНОК**

Рынок фармацевтической продукции является одним из стратегических секторов для экономики и социального развития любой страны мира. Высокая наукоемкость, применение передовых технологий в данной отрасли оказывают значительный мультипликативный эффект на химическое производство, сельское хозяйство, машиностроение, научную деятельность. Кроме этого, высокий уровень развития фармацевтической промышленности страны влияет на обеспеченность населения лекарственными средствами, качество медицинского обслуживания. Но достижение высокого уровня развития рынка фармацевтической продукции возможно только при наличии спроса на выпускаемые лекарства, который напрямую зависит от тенденций развития мирового рынка.

Уже в 2015 г. объем мирового фармацевтического рынка составил около 1 трлн дол. США (см. рисунок). По прогнозам Института информационного обеспечения здравоохранения емкость мирового фармацевтического рынка к 2016 г. возрастет до уровня 1,2 трлн дол. США [13, р. 4]. При этом отмечается, что рост рынка в ближайшие пять лет замедлится до уровня 3-6 % в год. В период 2005-2010 гг. рост составлял более 6 % ежегодно, несмотря на мировой кризис [9, с. 47].



*Рис.1-Объем рынка фармацевтической продукции, млрд дол. США*

Ожидаемый рост в основном объясняется расширением рынка за счет ведущих развивающихся стран и препаратов-дженериков. Кроме этого, росту продажи лекарств способствуют следующие факторы:

- общий рост заболеваемости из-за усиливающегося влияния техногенных факторов и ухудшения экологической обстановки;
- тенденция «старения населения» в развитых странах;
- рост уровня доходов населения в Китае, Индии, России, странах Восточной Европы, способствующий использованию более дорогостоящих и качествен-

ных препаратов [8].

Общий объем экспорта фармацевтической продукции в мире в 2012 г. составил 463,6 млрд дол. США и вырос по сравнению с 2006 г. на 49 % [14]. Германия лидирует по экспорту фармацевтической продукции с объемом экспорта почти 67 млрд дол. США. В пятерку лидеров также входят Швейцария, Бельгия, США и Франция (табл. 1). При этом по импорту фармацевтической продукции на душу населения лидирует Ирландия (6515 дол. США), как и по доле экспорта данной продукции в совокупном экспорте страны (23 %). Лидерами по доле экспорта фармацевтической продукции в совокупном экспорте страны являются также Швейцария (15,7 %), Бельгия (13,8 %), Израиль (11,0 %), Словения (9,0 %) [5].

Общий объем импорта фармацевтической продукции в 2012 г. составил 466,3 млрд дол. США. По сравнению с 2006 г. импорт вырос на 46 % [14]. К странам-лидерам по импорту фармацевтической продукции относятся: США, Германия, Бельгия, Франция, Великобритания (табл. 1).

Таблица 1-Экспорт и импорт фармацевтической продукции в 2012 г., млрд дол. США

Экспорт		Импорт	
Страна	Объем	Страна	Объем
Германия	67,0	США	68,7
Швейцария	54,4	Германия	45,9
Бельгия	44,8	Бельгия	38,0
США	39,9	Франция	29,9
Франция	34,7	Великобритания	28,0
Другие страны	222,8	Другие страны	255,8
Всего	463,6	Всего	466,3

Компаниями-лидерами мирового фармацевтического рынка по объему производства и продаж являются крупнейшие ТНК, такие как *Novartis*, *Pfizer*, *Merck & Co*, *Johnson & Johnson*, *Roche* и др.

В настоящее время ведущими игроками на мировом фармацевтическом рынке являются развитые страны. На их долю в 2011 г. приходилось 66 % (631 млрд дол. США), в том числе США – 34 %, или 325 млрд дол. США, развитые европейские страны – 17 % (163 млрд дол. США), Япония – 12 % (115 млрд дол. США). Наблюдается постепенное снижение доли развитых стран: если в 2006 г. она составляла 73 %, то к 2016 г. прогнозируется ее снижение до 57 % [13, р. 5].

Растет доля стран, интенсивно развивающих фармацевтическую индустрию и увеличивающих расходы на данный вид продукции, так называемых *Pharmerging countries*. К этим странам относятся: Китай, Бразилия, Индия, Россия, Мексика, Турция, Польша, Венесуэла, Аргентина, Индонезия, ЮАР, Таиланд, Румыния, Египет, Украина, Пакистан и Вьетнам. Доля таких стран в 2016 г. составит 30 % против 14 % в 2006 г. [13, с. 5].

Объем рынка фармацевтической продукции в **Республике Беларусь** в 2015 г. достиг всего 813 млн дол. США. Это составляет менее 0,1 % мирового фармацевтического рынка. В Беларуси лекарственные средства производят 26 субъектов хозяйствования. Они выпускают около 1,2 тыс. наименований лекарств [4].

В настоящее время основные черты развития белорусского фармацевтического рынка следующие:

1) расширение спектра выпускаемых лекарственных средств (в основном дженериков) для обеспечения населения стандартными лекарствами, предназначенными для лечения основных, широко распространенных заболеваний с целью увеличения доли белорусских лекарств на внутреннем рынке до 50 %. На достижение данных целей ориентирована значительная государственная поддержка фармацевтических предприятий, закрепленная в Государственной программе по развитию импортозамещающих производств фармацевтических субстанций, готовых лекарств и диагностических средств на 2010-2014 годы и на период до 2020 года. Планируется, что суммарный экономический эффект от импортозамещения в отрасли составит около 30 млн дол. США. При этом рост благосостояния населения стимулирует спрос на дорогие лекарства известных торговых марок, которые в Беларуси не производятся;

2) ориентация на модернизацию фармпредприятий, переход на постоянное и повсеместное использование международных стандартов качества *GMP*. В ближайшие 2-3 года на фармацевтических предприятиях различных форм собственности будет реализовано 18 проектов модернизации основных производственных участков в соответствии со стандартом *GMP* с объемом инвестиций около 200 млн дол. США [2];

3) высокий уровень импорта на фармацевтическом рынке. По состоянию на 1 сентября 2013 г., в Беларуси было зарегистрировано 4177 лекарственных средств, из них 2892 – зарубежного производства, 1279 – отечественного. Доля отечественных препаратов в 2012 г. в общем объеме продаж составила всего 24,8 %. Из 10 крупнейших поставщиков лекарств в Беларуси 6 – иностранные компании из стран – лидеров мирового фармацевтического рынка: Германии, Индии, Франции [4]. Белорусские производители лекарственных средств в целом ориентированы на внутренний рынок и выпускают препараты-аналоги. Основной объем экспорта фармацевтической продукции направлен в страны СНГ. Главные торговые партнеры по экспорту – Россия (64 %), Казахстан (12 %) и Украина (7 %) [7, с. 25].

Для Беларуси в настоящее время могут быть актуальны следующие меры, учитывающие тенденции развития мирового фармацевтического рынка:

– ориентация науки на перспективные фармацевтические направления – биотехнологические препараты, лекарства от рака, диабета, астмы, аутоиммунных заболеваний, препараты, регулирующие липидный обмен, препараты для ветеринарии;

– в дополнение к внедрению стандарта качества *GMP* постепенное внедрение стандартов *GLP* («надлежащая лабораторная практика») и *GCP* («надлежащая клиническая практика»);

– финансирование проведения скрининговых и предклинических исследований, клинических испытаний новых соединений, уже полученных научными организациями и вузами, которые могут стать основой для новых оригинальных препаратов;

– стимулирование и финансирование со стороны государства процедур патентования новых лекарств или регистрации и сертификации уже существующих на зарубежных рынках;

– создание совместных фармацевтических предприятий в рамках Европейского экономического пространства, проведение совместных дорогостоящих исследований по разработке новых препаратов для уменьшения стоимости исследований для каждой участвующей страны;

– финансовое и налоговое стимулирование совместной работы с компаниями – лидерами фармацевтического рынка для получения опыта проведения передовых НИОКР, использования современных стандартов, обучения специалистов.

### **Список литературы**

1. Болл С. В. Особенности фармацевтического рынка России и работа по его совершенствованию / С. В. Болл // Мир стандартов. — 2013. — № 8. — С. 20—37.

2. Геннадий Годовальников: Стандарт GMP дает ответ только на один вопрос — фармацевтическое качество [Электронный ресурс] // Фарма в большом городе. — Режим доступа: <<http://www.pharmaby.com/2013/11/gmp.html>>. — Дата доступа: 08.12.2013.

3. Глумсков, В. Мировой фармацевтический рынок: состояние и тенденции / В. Глумсков // Рецепт. — 2014. — № 4 (54). — С. 9—12.

4. Конога, П. Лекарство от импорта / П. Конога // Рэспубліка. — 2013. — 23 окт. — С. 6.

5. Рейтинг стран по экспорту фармацевтической продукции в 2012 году [Электронный ресурс] // РИАРЕЙТИНГ. — Режим доступа: <<http://riarating.ru/infografika/20130718/610575448.html>>. — Дата доступа: 29.05.2015.

6. Реутская, Л. А. Актуальные вопросы обращения лекарственных средств в Республике Беларусь / Л. А. Реутская // Стандартизация. — 2011. — № 4. — С. 15—17.

7. Ташенов, А. С. Перспективы развития фармацевтического рынка Единого экономического пространства // А. С. Ташенов, Н. Н. Чередниченко. — Алматы: Евразийский банк развития, 2013. — 39 с.

**Е.В. Матова**

### **РЫНОК ПИЛОМАТЕРИАЛОВ НА ЗАРУБЕЖНЫХ РЫНКАХ: ТРЕБОВАНИЯ К КАЧЕСТВУ, ОСОБЕННОСТИ МАРКИРОВКИ**

Качество лесоматериалов нормируется стандартами, в них указываются назначение лесных сортиментов, породы деревьев, из которых они должны изготавливаться, размеры сортиментов, деление на сорта, предельные нормы допускаемых пороков древесины и дефекты обработки.

Характеристика экспортных лесоматериалов приводится в ГОСТ 26002-83 "Пиломатериалы хвойных пород северной сортировки, поставляемые для экспорта"[3].

С 1991 по 1994 год ассоциации изготовителей и экспортеров хвойных пиломатериалов Швеции, Финляндии и Норвегии провели большую совместную работу по анализу и обобщению сложившихся в этих странах правил сортировки



пиломатериалов. Ее результат - "NORDIC TIMBER" - новые скандинавские правила сортировки хвойных пиломатериалов 1994 года. Правила содержат четыре основных сорта пиломатериалов: А, В, С и D и четыре подсорта высшего сорта: А1, А2, А3 и А4. Предполагается, что они должны заменить старые правила сортировки - шведскую и финскую "Зеленые книги" 1960 года и норвежские правила 1955 года. Лесопильное производство перечисленных стран ориентировано на поставку пиломатериалов в страны Западной Европы. Таким образом, "NORDIC TIMBER" - это изложение скандинавами предполагаемых требований западноевропейских потребителей к хвойным пиломатериалам. Разработчики рассматривают новые правила сортировки и как руководство, используемое при обучении персонала и при торговле пиломатериалами. Совокупность терминов и требований к пиломатериалам является основой, с которой начинают переговоры по заключению контракта на поставку пиломатериалов конкретному потребителю.

Следующим этапом совершенствования правил сортировки хвойных пиломатериалов является введение в действие в 2000 году европейского стандарта EN 1611-1: 1999 "Пиломатериалы - Визуальная сортировка хвойных пиломатериалов - Часть 1: Европейская ель, пихта, сосна, дугласова пихта". В его разработке приняли участие европейские изготовители и потребители пиломатериалов, входящие в Европейский комитет по стандартизации (CEN): Австрия, Бельгия, Чехия, Дания, Финляндия, Франция, Германия, Греция, Исландия, Ирландия, Италия, Люксембург, Голландия, Норвегия, Португалия, Испания, Швеция, Швейцария, Великобритания. Стандарт устанавливает пять сортов пиломатериалов 0, 1, 2, 3 и 4 и две процедуры сортировки пиломатериалов, отличающиеся нормированием сучков. При процедуре G2 требования предъявляют только к сучкам на пластьях, сучки на кромках не учитывают. При процедуре G4 требования установлены для сучков на пластьях и на кромках. Используемая процедура должна быть указана в контракте. По правилам CEN перечисленные выше страны должны привести национальные стандарты в соответствие с EN 1611-1. Поэтому следует ожидать, что эти достаточно простые правила сортировки хвойных пиломатериалов получат в ближайшие годы широкое распространение [2].

Все перечисленные выше стандарты содержат правила сортировки по внешнему виду: высшие сорта пиломатериалов выглядят лучше, а низшие - хуже. Однако качество значительной части пиломатериалов, используемых в строительстве, определяет прочность, а не внешний вид. Сортировка по прочности может быть машинной - с измерением деформаций пиломатериалов под нагрузкой, или визуальной - по правилам сортировки, обеспечивающим требуемую прочность пиломатериалов. Примером стандарта на конструкционные пиломатериалы является британский стандарт BS 4978: 1996 "Хвойные пиломатериалы визуальной сортировки по прочности". Стандарт устанавливает требования к двум сортам визуальной сортировки хвойных пиломатериалов: общий конструкционный сорт - GS и специальный конструкционный сорт - SS. Он содержит также требования к аттестации сортировщиков. Предусмотрено, что хвойные пиломатериалы, сортированные за пределами Великобритании под наблюдением органа по сертификации, признанного Комитетом по сортировке пиломатериалов Великобритании, и маркированные по требованиям стандарта, применяют без повторной сортировки.

Одним их органов по сертификации, проводящих аттестацию сортировщиков пиломатериалов по этому стандарту, является TRADA (Английская ассоциация по исследованиям и разработке лесоматериалов).

### ТЕХНОЛОГИИ МАРКИРОВКИ

Маркировка позволяет идентифицировать продукцию, а это - отправная точка подтверждения происхождения древесины. На маркировке может быть непосредственно указан источник происхождения (компания, место заготовки) или дана ссылка на внешнюю базу данных, где находится эта информация. Существует множество вариантов маркировки древесины, в том числе:

□ *Традиционная маркировка краской (клеймление).* Данная маркировка будет полезна, если в ней содержится полная закодированная информация, подкрепленная приложенной документацией. Краска может быть специально произведена для определенного поставщика, также ее можно сделать особенной путем смешения определенных цветов или добавления специальных материалов. В качестве добавок могут использоваться особые невидимые глазу частицы, идентифицируемые специальным оборудованием (трейсеры).

□ *Клеймение молотком* - самый распространенный способ маркировки.

□ *Традиционные ярлыки* из бумаги или пластика со штрих-кодом. Штрих-код можно считывать электронным прибором и визуально. Обычно ярлыки закрепляются на бревнах и других лесоматериалах степлером. Практика показывает, что 1-5 % ярлыков теряются (отрываются) при транспортировке и перегрузке. Соответственно необходимо учитывать, что некоторые пиломатериалы придут в место назначения без ярлыков.

□ *Клейма на основе гвоздей* обладают преимуществами, сходными с традиционными ярлыками, если оснащены специальными метками (штрих-кодами), которые можно считывать автоматически. Такие клейма держатся хорошо и выдерживают транспортировку и погрузку. Тем не менее они дороже традиционных ярлыков, и их сложнее извлекать из древесины.

□ *Радиочастотные идентификаторы (RFID)* являются более высокотехнологичными, очень перспективными для использования при мониторинге цепочек поставок.

□ *Особые невидимые глазу пленки*, идентифицируемые специальным оборудованием, могут использоваться наряду с другой маркировкой для обеспечения большей надежности и облегчения расследований по хищению древесины или ее "отмыванию". Это не отдельный вид маркировки, а дополнительный, который можно использовать с другими ее видами.

□ *Краски-трейсеры*, применяются для маркировки деревьев, бревен и пиломатериалов для выявления и борьбы с их хищением.

□ *Химические и генетические маркеры* могут быть индивидуальными, что позволяет идентифицировать, кто конкретно провел маркировку. Применяются вместе с другими видами маркировки.

Учетная маркировка обеспечивает возможность приемки и оплаты лесоматериалов в соответствии с требованиями контракта без повторных измерений и контроля качества. Учетная маркировка может быть выполнена обозначением - условным знаком породы, сорта, размеров.

Разновидностью учетной маркировки является номерная маркировка, при которой каждой единице лесоматериалов, пакету или штабелю присваивается порядковый номер, а сопроводительная документация содержит информацию о маркированных пиломатериалах.

Номерная маркировка позволяет многократно использовать результаты измерений и контроля качества, выполненных при проведении маркировки пиломатериалов для контроля их движения, при формировании и переформировании транспортных партий; персонализировать ответственность за качество пиломатериалов; снизить затраты на измерения и число ошибок за счет автоматизации учетных операций.

Однако эти преимущества могут быть достигнуты лишь в случае, если изготовитель, торговая фирма и потребитель предусмотрели совпадение требований к пиломатериалам, методов измерения и контроля качества на различных стадиях - при маркировке изготовителем, при контроле точности маркировки лесоматериалов в пункте перевалки или переформирования партий, а также на складе потребителя.

Выбор метода маркировки пиломатериалов проводят покупатель и продавец при заключении контракта. При этом учитывают: затраты на проведение маркировки, дополнительные затраты и возможные потери при поставке немаркированных лесоматериалов, эффект от поставки маркированных лесоматериалов.

Дополнительными затратами при отсутствии маркировки являются затраты покупателя на повторную сертификацию пиломатериалов, повторные измерения и контроль качества для оплаты пиломатериалов. С учетом этих затрат при заключении контракта устанавливают скидку с цены для пиломатериалов без маркировки или с недостоверной маркировкой. Возможными потерями при отсутствии маркировки являются потери из-за недружественных действий продавца или третьих лиц, которые невозможны или менее вероятны при поставке маркированных лесоматериалов.

Эффект от поставки маркированных пиломатериалов обусловлен повышением конкурентоспособности пиломатериалов, снижением потерь от рекламаций, снижением общих затрат на измерения, контроль качества, обработку результатов, оформление документов изготовителями в пунктах перегрузки и у потребителей; снижением складских и транспортных расходов; повышением эффективности торговли за счет оперативного представления заинтересованным сторонам полной и точной информации о пиломатериалах, прошедших маркировку.

Выборочная или сплошная фирменная маркировка товарным или маркировочным знаком, обеспечивающая распознавание изготовителя и торговой фирмы, рекомендуется для всех пиломатериалов.

Поштучная учетная маркировка обозначением и поштучная номерная маркировка оправданы для ценных сортиментов, если приемка пиломатериалов на промежуточных складах (перегрузки, оптовой торговли) и у потребителя осуществляется с использованием сведений о лесоматериалах, содержащихся на маркировке.

Групповая учетная маркировка на ярлыке рекомендуется для всех пакетированных пиломатериалов. Ярлык может содержать товарный знак изготовителя

и торговой фирмы, товарный и технологический штриховой код [1].

### Список литературы

1. Лобанов, А.Н. Маркировка пиломатериалов / А.Н. Лобанов// ЛесПромИнформ. –2012.– № 7.– С. 106-107.
2. Рынок пиломатериалов хвойных пород. URL: <http://landshafto.ru/rynok-pilomaterialov-xvojnyx-porod-demonstriruet-ustojchivyj-rost>. (дата доступа: 05.07.2016)
3. ГОСТы пиломатериалов. URL: <http://www.evroparket.by/gosty-pilomaterialov>. (дата доступа: 07.07.2016)

**К.Р. Новосёлова**

### МИРОВОЙ РЫНОК ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА

Деловой туризм - это и поездки за рубеж на выставки и конференции и т.д., для кого-то - это совмещение приятного с полезным, когда удается провести и деловые переговоры и отдохнуть в новых местах. Основными клиентами агентств по деловому туризму являются корпоративные клиенты - компании, корпорации, холдинги и прочие структуры, которым агентства оказывают полный спектр услуг по организации корпоративных бизнес-поездов (командировок), конференций, семинаров, поощрительных поездок и торжеств (мероприятий MICE), а также корпоративному консультированию и анализу эффективности использования транспортного бюджета компании (expense management). Организация бизнес-туров имеет свою специфику.

Структура MICE-туризма MICE Meetings (встречи) Incentives (поощрения) Conferences (конференции) Events (выставки, события) переговоры с партнерами, совещания, тренинги и семинары для дилеров, и другие варианты бизнес-встреч. Правильная организация во многом формирует имидж компании. Поощрительные туры, которые призваны выразить благодарность клиентам, сотрудникам и партнерам. Отлично мотивируют коллектив, укрепляют корпоративные ценности и положительно сказываются на работе. Организация семинаров, конференций, поездок на выставки, для которых важен эффективный результат. Организация выездных корпоративных праздников и туров.

MICE			
Meetings (встречи)	Incentives (поощрения)	Conferences (конференции)	Events (выставки, события)
Переговоры с партнерами, совещания, тренинги и семинары для дилеров, и другие варианты бизнес-встреч. Правильная организация во многом формирует имидж компании.	Поощрительные туры, которые призваны выразить благодарность клиентам, сотрудникам и партнерам. Отлично мотивируют коллектив, укрепляют корпоративные ценности и положительно сказываются на работе.	Организация семинаров, конференций, поездок на выставки, для которых важен эффективный результат.	Организация выездных корпоративных праздников и туров.

MICE-индустрия включает широкий спектр различных видов деятельно-

сти — от распространения и продвижения информации, разработки развлекательной программы или содержания до технического обеспечения встречи. Соответственно, специалисты данной сферы всегда востребованы[1]. Как правило, бизнесмены планируют свои поездки за несколько месяцев, что особенно актуально для «высокого сезона» в выставочном бизнесе, который приходится на февраль-май и сентябрь-ноябрь. При организации деловых поездок бывает необходимо найти самую короткую стыковку авиарейсов, самый ближайший к выставке отель, самый удобный трансфер и т.п. Основа деловой поездки - программа встреч и мероприятий, спланированных и насыщенных. Туристическим компаниям без кропотливой работы с клиентом, понимания специфики его профессиональной деятельности и чёткого видения именно деловых целей его поездки не обойтись. Деловые поездки организуются, как правило, с полной культурной и экскурсионной программой. В стандартную программу входит проживание, завтраки, трансферы, оформление визы. Дополнительно предоставляются такие услуги как: аккредитация на выставку или входные билеты, услуги гидов, переводчиков, дополнительные переезды или аренда автомобиля и многое другое, что может быть необходимо на том или ином мероприятии. Клиентам предлагаются специальные тарифы на перелеты в бизнес классе, организация VIP обслуживания в аэропортах и т.п.

Туризм в традиционном смысле этого слова возник в середине XIX века. Его популярность росла вместе с созданием и развитием транспортной инфраструктуры и индустрии гостеприимства - строительством железных дорог, морских лайнеров, гостиниц, открытием электричества и появлением телеграфной и телефонной связи.

До появления всех этих достижений туристические поездки были практически невозможны, ведь еще в первой половине XIX века самый скоростной в те годы вид транспорта - почтовые тройки - предназначались только для «путешествующих по казенной надобности», чей статус подтверждался специальным документом - так называемой «подорожной». Настоящий туристический бум начался в 50-х годах XX века. К жизни его вызвало развитие реактивной авиации, позволившей резко сократить время на дорогу и открывшей «широким массам трудящихся» ранее не доступные им экзотические уголки мира.

Деловой туризм активно развивается в 115 странах мира. Крупные мероприятия в этой сфере, как правило, проходят не в столицах, а именно в регионах, в частности, в Ванкувере (Канада), Франкфурте-на-Майне (Германия), Шанхае (Китай). По данным Международной ассоциации делового туризма (Global Business Travel Association; GBTA), по состоянию на 2014 год мировым лидером рынка делового туризма являются США, но в 2015 году их может обогнать Китай, чей рынок достигнет объёмов в 309 млрд. долл. Около 40 % деловых поездок в мире приходится на европейский регион. По прибытиям и расходам на деловой туризм он занимает первое место среди остальных регионов мира. Основные «поставщики» корпоративных деловых туристов — высокоразвитые страны Европы (Германия, Великобритания, Франция, Италия и Испания). Безусловным лидером здесь является Германия. Около 5 млн. немцев ежегодно выезжают в командировки, преимущественно в другие города Германии (около 80 %). Сред-

няя продолжительность корпоративных бизнес-поездки на другие континенты составляет 12–13 дней, внутри Европы 5–6 дней, по своей стране 3–4 дня. Международный Совет по туризму и путешествиям (WTTC) отнес Россию к десяти Топ-странам, где до 2017 года спрос на туризм и поездки будет расти. В Топ-10 вошли (список составлен исходя из объема авиапассажиров по стране): США, Китай, Япония, Германия, Великобритания, Франция, Испания, Италия, Россия, Канада. При этом по данным Международного Валютного Фонда, число деловых поездок со стороны россиян будет расти темпами, превышающими среднемировые[2].

Бурное развитие массового международного туризма, его распространение практически на все районы земного шара все острее ставит проблему обеспечения безопасности туристов. По мнению экспертов, в последние годы угроза их жизни, здоровью и имуществу значительно возросла.

Поэтому главным эффективным средством обеспечения безопасности туристов должна стать скоординированная работа правительств всех стран и туристских организаторов в этом направлении. Однако, в то же время туристические фирмы, заинтересованные прежде всего в получении прибыли, не предоставляют своим клиентам достаточной информации, а также практически не проводят работы по выявлению регионов повышенной опасности, в том числе и районов с неблагоприятной криминальной обстановкой. В результате туристы становятся жертвой внутривалютных столкновений, терроризма, уголовных преступлений, а иногда даже попадают в районы крупномасштабных боевых действий. Информационный пробел пытаются как-то восполнить правительственные учреждения, в частности министерства иностранных дел.

Так, например, МИД Германии ежегодно публикует своего рода реестр, в котором страны возможного посещения немецкими туристами квалифицируются по степени опасности для них. Германский МИД выделяет три группы стран и регионов, где туристов с наибольшей вероятностью ожидает тот или иной вид неприятностей.

Около 40 % деловых поездок в мире приходится на европейский регион. По прибытиям и расходам на деловой туризм он занимает первое место среди остальных регионов мира. Основные «поставщики» корпоративных деловых туристов — высокоразвитые страны Европы (Германия, Великобритания, Франция, Италия и Испания). Безусловным лидером здесь является Германия. Около 5 млн. немцев ежегодно выезжают в командировки, преимущественно в другие города Германии (около 80 %). Средняя продолжительность корпоративных бизнес-поездки на другие континенты составляет 12–13 дней, внутри Европы 5–6 дней, по своей стране 3–4 дня. Международный Совет по туризму и путешествиям (WTTC) отнес Россию к десяти Топ-странам, где до 2017 года спрос на туризм и поездки будет расти. В Топ-10 вошли (список составлен исходя из объема авиапассажиров по стране): США, Китай, Япония, Германия, Великобритания, Франция, Испания, Италия, Россия, Канада. При этом по данным Международного Валютного Фонда, число деловых поездок со стороны россиян будет расти темпами, превышающими среднемировые. Для большей убедительности приведем данные, опубликованные организацией SabreTravelNetwork[3].

## Мировой объём рынка делового туризма

Страна	Период до 2008 г. (млрд. долларов США в год)	Во время кризиса в 2009-2011 г. (млрд. долларов США в год)	Период 2012-2014 г. (млрд. долларов США в год)
Германия, Франция, Великобритания	более 100	70-80	более 100
Китай, Индия, Япония	200	220	280
США	275	235-240	250

На рынке делового туризма встречаются множество проблем, от передела рынка крупными туристскими компаниями до отсутствия четкой статистической информации. Выделим наиболее важные проблемы и состояние делового туризма в Российской Федерации на сегодняшний день:

- 1) отсутствие грамотного продвижения и PR по формированию достоверного положительного образа регионов России для развития въездного туризма;
- 2) отсутствие целенаправленной, узкопрофессиональной, продуманной на государственном и межведомственном уровнях политики подготовки кадров;
- 3) отсутствие должного внимания к участию в международных выставках индустрии делового туризма;
- 4) действующий порядок выдачи российских виз гражданам иностранных государств, безопасных в миграционном отношении, не всегда способствующий росту въездного туризма;
- 5) несоответствие гостиниц по уровню комфорта требованиям действующих стандартов;
- 6) отсутствие в гостиницах широкого спектра дополнительных услуг;
- 7) несоответствие цены и качества размещения в гостиницах.

Одним из направлений решения указанных проблем, является использование информационных технологий. Современные информационные технологии и системы связи неодинаково внедрены в разных секторах индустрии делового туризма[4].

Не вызывает сомнения, что бизнес туризм будет развиваться с невероятной скоростью. Это в первую очередь связано с тем, что представители различных мировых бизнес структур стремятся расширить свое влияние на другие страны. И, как отмечают специалисты, даже во времена тяжелейшего кризиса, данный сегмент туризма меньше подвержен сложившимся условиям, чем вся экономика. Поэтому в ближайшей перспективе, развитие делового туризма будет происходить в момент мирового экономического спада. Следствием этого, согласно заключениям экспертов, одним из основных негативных факторов развития мирового рынка деловых поездок, выступает демпинг. При котором компании – заказчики стремятся повысить контроль над денежными потоками, невзирая на качество услуг. И при всем стремлении максимально снизить цену после проведения тендеров, как компании, так и организаторы могут понести потери[5]. Поэтому «игра» на данном направлении ведется очень тонкая, и обе стороны постоянно лавируют между качеством и ценой. В итоге можно отметить, что и российский рынок деловых поездок стремительно набирает обороты, и по уровню развития не уступает западноевропейским конкурентам. Одной из таких компаний выступает "ТРАНСТУР ТРЕВЕЛ", которая, благодаря взвешенной политике,

опыту, интеллектуальной силе способно удовлетворить любого клиента и найти равновесие цены и качества.

### **Список литературы**

1. Гасиев М. Основы делового туризма и индустрии МІСЕ: сравнение и тенденции// Деловой туризм и индустрия МІСЕ: основы, понятия и тенденции (практический опыт). М. 2004.

2. Жукова М. А. Менеджмент в туристском бизнесе М.: КНОРУС, 2006. — 192 с.

3. Зорин И. В., Квартальнов В. А. Энциклопедия туризма Справочник. — М.: Финансы и статистика, 2003. — 368 с.

4. Итоговая конференция, посвященная вопросам МІСЕ-индустрии/АБТ-АСТЕ Russia [Электронный источник]-<http://www.businesstravelrussia.ru/news/> - Дата доступа: 12.07.2016

5. Туризм: практика, проблемы, перспективы [Электронный источник]-<http://www.tpnews.ru/content/view/1337/9/> -Дата доступа: 12.07.2016.

### **А.В.Печкурова**

### **МИРОВОЙ РЫНОК ДРАГОЦЕННЫХ МЕТАЛЛОВ**

Рынок драгоценных металлов - это специальные центры торговли драгоценными металлами, где осуществляется их регулярная купля-продажа по рыночной цене в целях промышленно-бытового потребления, инвестиций, страхования риска, спекуляции, приобретения необходимой валюты для международных расчетов. Во всем мире рынки драгоценных металлов строго регулируются. В России рынок драгоценных металлов регламентируется Федеральными законами и соответствующими нормативными актами.

К основаниям для включения драгоценных металлов в структуру финансовых активов относятся:

—сохранение ими таких денежных функций, как средство сбережения и инвестиций, средство платежа и чрезвычайные мировые деньги;

—обладание всеми характеристиками финансовых активов: имеют денежную оценку; цена формируется на рынке; являются объектом купли-продажи (т.е. ликвидны); при изменении цены приносят доход;

—они служат объектом банковских операций и сделок. При этом в качестве "банковских" металлов рассматриваются только золото, серебро, платину и палладий, что вполне соответствует как мировой, так и российской практике.

Таким образом, благодаря своему свойству сохранять стоимость, драгоценные металлы способны в современных условиях выполнять функцию средства сбережений; а как средство инвестиций, они приносят своему владельцу дополнительный доход за счет роста их курсовой стоимости.

Современными мировыми гигантами-центрами торговли драгоценными металлами являются:

- Лондонская биржа;



- Локо Цюрих;
- Нью-Йоркская биржа;
- Локо Токио.

На этом фоне существенное преимущество имеет Лондонская биржа драгоценных металлов, которая уже на протяжении десятков лет не утрачивает своих лидирующих позиций. Однако, аналитики сегодня говорят о том, что конкуренцию Лондону в вопросе лидерства на рынке драгметаллов может составить активизировавшаяся Шанхайская биржа.

### **Основные факторы, влияющие на цены золота и серебра на мировых рынках**

Золото и серебро, будучи монетарными драгоценными металлами, с древнейших времен выполняли функции денег. В периоды войн и общей нестабильности доверие к драгоценным металлам возрастает.

Общая мировая политическая нестабильность: непрерывная угроза развертывания открытых конфликтов на Ближнем Востоке подогревает рынок золота, а за ним и других драгоценных металлов. Цена золота является индикатором беспокойства и неуверенности в завтрашнем дне.

Падение курса доллара, которое обуславливает переброску капиталов в commodities и влечет рост цен на драгоценные металлы.

Запуск ETF (Exchange trade funds) - обращающиеся на рынке акции фондов, обеспеченные золотом (серебром), платиной, палладием, а также "корзиной" металлов, расширили круг потенциальных инвесторов.

Главным стимулом роста золота, а за ним и серебра все еще остается высокая активность инвесторов. [1]

Таблица 1 – Котировки драгоценных металлов январь 2003 – январь 2012 гг., в рублях за 1 г.

Дата	Золото	Серебро	Платина	Палладий
2003	353,80	4,91	619,28	242,37
2004	393,62	5,55	723,54	171,69
2005	377,88	5,70	711,65	159,62
2006	496,80	8,17	863,98	232,94
2007	517,77	10,17	884,03	262,69
2008	694,12	11,92	1130,16	274,00
2009	817,39	10,23	849,52	173,4
2010	1071,40	16,42	1422,71	390,13
2011	1376,11	29,96	1689,09	771,85
2012	1667,25	29,56	1495,09	648,66

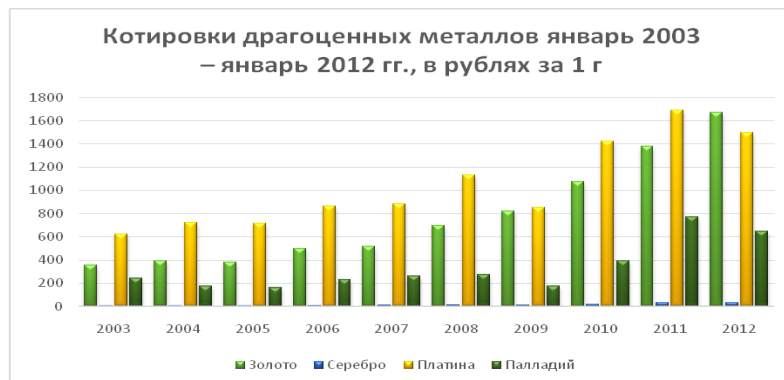


Рис.1– Котировки драгоценных металлов

Цена ближайших по времени исполнения фьючерсных контрактов (settlement) на золото на секции COMEX Нью-Йоркской товарной биржи New York Mercantile Exchange (NYMEX) повысилась с \$1659,0 до \$1679,0, а серебра - с \$31,51 до \$32,51 за тройскую унцию. Оле Хансен (Ole Hansen), ведущий аналитик европейского инвестиционного банка Saxo Bank считает, что окончание забастовки индийских ювелиров в знак протеста против повышения налогов на импорт также не смогло привести рынок в движение.

По словам Филиппа Клапвийка (Philip Klarwijk), главы аналитического отдела GFMS по металлам, "люди немного потеряли интерес к золоту, однако не потеряли веру в него". Кроме того, по сообщению агентства Marketwatch, появились слухи о том, что центрбанк Китая скупает золото большими объемами с целью нарастить свои запасы. Если эта тенденция будет сохраняться, то драгметалл получит еще одну поддержку. Рынки золота и серебра находятся в ожидании ликвидности, учитывая, что с января главным движущим фактором были то прекращающиеся, то возобновляющиеся разговоры о дополнительных стимулирующих мерах.

Мировой рынок золота на подъеме, причем движущей силой являются развивающиеся страны. О том, как в ближайшее время будут формироваться спрос и цена на благородный металл, рассказал управляющий директор по инвестициям Всемирного совета по золоту (World Gold Council) Маркус Граб (Marcus Grubb). В этом году золото может подорожать до \$2000 за тройскую унцию. Он заявил, что одну из причин для нового роста видит в проблемах еврозоны. Также на котировки драгметалла влияют и другие факторы.

Сегодняшние прогнозы мировых финансистов однозначны - цены на золото продолжат увеличиваться.<sup>[2]</sup> У золота есть все шансы получить статус резервной мировой валюты. До полноценной валюты золоту, конечно, далеко, однако, такие прогнозы построены в силу не стабильной репутаций ведущих мировых валют - доллара и евро:

- мировой ажиотаж. В текущем году центральные банки многих стран мира, в том числе и еврозоны, делали особый акцент на приобретение золота, что повысило спрос на мировой драгметалл. Прогнозы по активности ЦБ РФ на будущий год отражают аналогичную тенденцию в повышенном интересе к золоту;

- инвестиционная привлекательность. Тенденции изменения стоимости золота в 2011 году показали возможности доходной стратегии для инвесторов. Прирост цен на золото с начала года до 1 декабря 2011 года составил 23%;

• влияние мировых показателей. Предстоящий мировой кризис еврозоны, предстоящие выборы в США и нарастание политической нестабильности в странах Ближнего Востока должны породить новый всплеск активности в сторону безопасного валютного актива - золота.

По денежному обороту после рынка золота идет рынок серебра.

Серебро постепенно исчезает из государственных резервов и на сегодняшний день имеется в резервах стран в небольшом объеме.

Растет инвестиционная привлекательность серебра. Так же как и в случае с золотом, в основном из за страха и для уменьшения рисков после начала мирового финансового кризиса, также для диверсификации инвестиционного портфеля.

В структуре производства серебра изменений не наблюдается.

Платина считается самым дорогим металлом и по объему оборота в денежном выражении немного уступает серебру.

Автомобильная промышленность является крупнейшим потребителем платины. Ужесточение законодательства в отношении выбросов вредных веществ в развитых странах привело к росту спроса на платину, который происходил особенно активно в период с 1999 по 2003 годы. По экологическим соображениям автопроизводители стали чаще оснащать свои автомобили дизельными сажевыми фильтрами с высоким содержанием платины. В результате объем используемой в отрасли платины значительно вырос.

Рост спроса со стороны автомобильной промышленности оказался нивелированным столь же резким сокращением спроса на платину в ювелирной отрасли. Удорожание платины привело к резкому падению популярности ювелирных украшений, сделанного из данного вида драгметалла. Тенденция к росту использования платины отмечается в химической промышленности и нефтепереработке, в то время как в электронной промышленности и стекольном производстве объемы потребления постепенно сокращаются. По объемам инвестиций платина является третьим драгметаллом после золота и серебра.

Существует обратная взаимосвязь между спросом на платину и палладий, который в свою очередь зависит от развития технологий в области производства автомобильных катализаторов. Оба металла неоднократно сменяли друг друга в качестве доминирующего в производстве данного автокомпонента. Причем если в производстве автомобилей с бензиновыми двигателями в прошлом резко преобладал палладий, то в производстве дизельных – платина. К настоящему времени спрос на палладий постепенно восстанавливается, что связано с внедрением новых технологий в производстве катализаторов. В 2008 году в отрасли было использовано 136.2 т палладия, в том числе 36.2 т за счет рециклирования отработанных катализаторов. Однако уровень цен на него до сих пор остается низким. В итоге если в 2000-м году палладий был самым дорогим видом драгметалла, то в настоящее время он занимает промежуточное звено между золотом и платиной с одной стороны и серебром с другой.

Помимо автомобильной промышленности палладий применяется в химической и электронной промышленности, в стоматологии, а также в ювелирной отрасли. Причем по мере роста цен на золото, серебро и платину популярность украшений из палладия, цены на который стали более привлекательными, с 2000 по

2005 годы заметно выросла.

Как и другие виды драгметаллов, палладий используется в инвестиционных целях. Однако спрос на него является более стабильным и в меньшей степени подвержен влиянию конъюнктуры на мировых финансовых рынках.

### **Список литературы**

1. О драгоценных металлах и драгоценных камнях: ФЗ РФ №41-ФЗ
2. Касаткин А. Внешнеэкономические сделки с драгоценными металлами / Касаткин А. // Журнал учёта движения драгоценных металлов.
3. Драгоценные металлы и их рынок, операции с ними, цены в мире URL: [http://finansiko.ru/dragocennye\\_metally/](http://finansiko.ru/dragocennye_metally/) (Дата обращения: 08.07.2016)
4. Изменение курса золота URL: <http://golden-inform.ru/kotirovki/grafik-zolota-za-100-let/> (Дата доступа: 08.07.2016)
5. [Постановление Минфин РБ 45 14.06.2016](http://kodeksy-by.com/norm_akt/sourceB5/45-14.06.2016.htm) URL: [http://kodeksy-by.com/norm\\_akt/sourceB5/45-14.06.2016.htm](http://kodeksy-by.com/norm_akt/sourceB5/45-14.06.2016.htm) (Дата обращения: 11.07.2016)
6. РДМК Рынок драгоценных металлов и камней URL: <http://www.rdmk.ru/> (Дата обращения: 10.07.2016)

**Романова О.Ю.**

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВВЕДЕНИЯ ЕДИНОЙ ВАЛЮТЫ В СТРАНАХ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА**

Развитие международной экономической интеграции рассматривается как переход от простых форм к сложным, как своего рода стадийное развитие. К этим стадиям относятся: преференциальные торговые соглашения, зоны свободной торговли, таможенный союз, общий рынок, экономический союз.

Пятая, самая высокая, стадия предусматривает наряду с общим таможенным тарифом и свободой движения товаров и факторов производства также и координацию макроэкономической политики и унификацию законодательств в ключевых областях – валютной, бюджетной, денежной. На этом этапе возникает потребность в органах, наделенных уже не просто способностью координировать действия и наблюдать за экономическим развитием, но и принимать оперативные решения от лица группировки в целом. Правительства согласованно отказываются от части своих функций и тем самым уступают часть государственного суверенитета в пользу надгосударственных органов. Такие межгосударственные органы с надгосударственными функциями наделены правом принимать решения по вопросам, касающимся организации, без согласования с правительствами стран-членов. В рамках Европейского союза – это Комиссия ЕС [1,2].

В последнее время все чаще поднимается вопрос о введении единой валюты в странах Евразийского экономического союза (ЕАЭС). В процессе обсуждения проекта приводятся весомые аргументы в поддержку данной инициативы, однако высказываются и серьезные опасения [3]. Но есть ли действительная необходимость в таком введении, и как оно отразится на процессе интеграции стран в ЕАЭС?

Намерение ввести единую валюту существует на протяжении довольно длительного периода и связано не только с формированием ЕАЭС, но и с происшедшими ранее интеграционными процессами на постсоветском пространстве. Впервые открыто вопрос о возможности и целесообразности введения единой валюты на постсоветском пространстве был поставлен на встрече глав Центральных банков стран СНГ в феврале 2001 года. Рассматривались варианты введения единой расчетной единицы как на территории всего СНГ, так и создаваемого Евразийского экономического союза. И в том, и в другом случае предполагалось, что валюта должна быть наднациональной.

В феврале 2003 г. вопрос о введении единой валюты обсуждался на Экономическом форуме ЕврАзЭС. Предполагалось, что переход к единой валюте должен был быть осуществлен к 2011 г. Однако, как показали произошедшие в мире геополитические и экономические события, оптимистические прогнозы были преждевременны. К тому же следует отметить, что интерес представителей стран СНГ к созданию общей валютной зоны в период либерализации внешнеэкономической деятельности, предшествующий глобальному кризису 2008-2010 гг., заметно ослабел во многом ввиду достаточно высоких темпов экономического роста на постсоветском пространстве.

Начавшийся в 2008 г. мировой финансовый кризис, трансформировал взгляды многих экономистов на возможность создания в мире новых валют, альтернативных американскому доллару. Наиболее активной позиции в отношении «недееспособности» доллара США придерживался американский миллиардер и инвестор Д.Сорос, который предлагал в качестве мировой наднациональной валюты SDR. Однако его предложение было отвергнуто многими экспертами, поскольку, по их мнению, масштабное применение SDR не позволит странам получить достаточные объемы ликвидности для реализации антикризисных программ. К тому же SDR не могут служить платежным средством в международных экономических сделках, имея ограниченную сферу применения.

В марте 2009г. на Экономическом форуме, проходившем в Астане, был поднят вопрос о целесообразности возобновления дискуссий по созданию единой региональной валюты для стран ЕврАзЭС. Наибольшую активность проявили представители Казахстана. Они выступали за наднациональный характер межгосударственной расчетной единицы. В качестве названия единой валюты предлагались созвучные ЕврАзЭС «евраз» или «евразия». В апреле 2009г. прошёл Евразийский медиа-форум, на котором были обозначены новые возможные сроки введения региональной валюты, не ранее, чем в 2016г.

С момента создания Таможенного союза в составе Российской Федерации, Республики Казахстан и Республики Беларусь в 2010г. вопрос о переходе к единой валюте является одним из наиболее чувствительных вопросов, затрагивающий интересы каждой страны. Следует понимать, что экономики России, Казахстана и Беларуси различаются не только по объему производимой продукции, но и по структуре. Так, если цены на нефть растут, валюты России и Казахстана дорожают, а Беларуси, напротив, дешевеет, поскольку дорогая нефть ведет к росту издержек и снижению конкурентоспособности экономики страны[4].

Прежде всего, стоит обратить внимание на то, что союз в составеРеспубли-

ки Беларусь, Российской Федерации, Республики Казахстан и Республики Армения (со 2 января 2015 г.) начал функционировать с 1 января 2015 года, однако сравнивается аналитиками со структурой объединения стран Европейского союза со времени образования Евразийского экономического пространства. Как известно, начало Европейскому союзу положил Маастрихтский договор, подписанный 7 февраля 1992 года в городе Маастрихт (Нидерланды). Страны, подписавшие Маастрихтское соглашение, приняли пять критериев для государств, вступающих в Европейский валютный союз: дефицит госбюджета не должен превышать 3% ВВП, госдолг должен быть менее 60 % ВВП, государство должно в течение 2 лет участвовать в механизме валютных курсов и поддерживать курс национальной валюты в заданном диапазоне, уровень инфляции не должен превышать более чем на 1,5 % среднего значения трёх стран-участниц Евросоюза с наиболее стабильными ценами, долгосрочные процентные ставки по гособлигациям не должны превышать более чем на 2 % среднее значение соответствующих ставок в странах с самой низкой инфляцией.

В связи с этим, в вопросе о введении единой валюты в странах ЕАЭС аналитики нередко опираются на вышеизложенные критерии, исходя из которых можно сделать вывод, что Республика Беларусь пока не готова к введению единой валюты в рамках экономической интеграции, поскольку инфляция в стране значительно превысила 2% за последний год.

Однако главной проблемой данного проекта большинству все же видится полная потеря контроля стран-участниц ЕАЭС над национальной денежно-кредитной политикой. Возникают такие вопросы как: где будет находиться центральный банк и кто будет им управлять? Ведь совместный ВВП Республики Беларусь и Республики Казахстан составляет лишь 14% от ВВП России. Поэтому Республика Беларусь не согласна на управление в формате 50/50.

Со своей стороны руководитель НИУ «Высшая школа экономики» Евгений Ясин полагает, что единая валюта больших преимуществ не даст: «Проблем нет до тех пор, пока не происходит нарушение бюджетной устойчивости отдельных государств».

Тем не менее, не вызывает сомнения тот факт, что введение единой валюты позволит избавиться от транзакционных издержек.

Мнения относительно того, что создание наднациональной валюты в рамках ЕАЭС неизбежно и экономически выгодно, придерживается и бывший премьер-министр Армении Тигран Саркисян. По его словам, «это должно стать следующим этапом интеграции в рамках организации, что вполне логично с точки зрения упрощения денежного обращения при трансфертах».

Следует учесть и тот факт, что казахстанский бизнес получил доступ к рынку размером в 150 млн. человек. Поэтому не вызывает сомнения то, что введение единой валюты позволит увеличить экономические успехи.

Введение единой валюты активно поддерживает и премьер-министр России Дмитрий Медведев. По его мнению, это позволит странам-участницам ЕАЭС чувствовать себя более уверенно, а кроме того, усилит интеграцию стран Евразийского союза. В подтверждение своих слов премьер отметил, что после создания Таможенного союза в 2010 году товарооборот между Российской Федерацией,

Республикой Беларусь и Республикой Казахстан вырос на 36%, до \$125 млрд.

Более того, введение единой наднациональной расчетной единицы позволит странам ЕАЭС избавиться от долларовой зависимости, что в свою очередь будет способствовать росту взаимной торговли, а также стимулировать общий рынок инвестиций.

Таким образом, существует вероятность того, что несколько лет согласованной денежно-кредитной и бюджетной политики будет достаточно для осознания необходимости введения единой валюты[3].

Сегодня ключевым вопросом является выбор единой расчетной единицы и вопрос о том, каким образом курс единой валюты сможет отразить реальное состояние экономик всех стран, входящих в ЕАЭС?

Если предположить, что региональной резервной валютой станет российский рубль, то это будет означать, что цены на все товары, включая энергоносители, должны формироваться в российских рублях. Однако, как известно, многие российские производители энергоресурсов не высказывают особую заинтересованность в получении в рублях платы за поставленную на экспорт продукцию в зарубежные страны, включая и страны постсоветского пространства, учитывая, что основные расчеты по внешней торговле России, включая страны ЕАЭС, проходят в долларах США. Казахстан и Беларусь также предпочитают осуществлять расчеты в твердой валюте. Чтобы казахстанскому предприятию торговать за рубли, ему необходимо приобрести их за доллары в России. Организованной торговли рублями в стране нет. В расчетах с Россией, также как и с другими странами, Казахстан ориентируется на доллары США.

При осуществлении внешнеэкономических операций предприятия сами выбирают валюту сделки и валюту платежа. В чем причина выбора доллара США?

– Желание иметь дело с ключевой мировой валютой, обмен которой на любую валюту не составит проблем.

– Выбор доллара объясняется его высокой ликвидностью и свободной конвертируемостью.

– Доминирующая позиция доллара в мировой торговле.

– Преобладание доллара в торговых отношениях стран ЕАЭС с их партнерами.

В свою очередь, страны ЕАЭС с опасением относятся к перспективе иметь российский рубль в качестве региональной валюты. Для осуществления расчетов они будут вынуждены держать значительную часть валютных резервов в российских рублях, тем самым разделяя с ней риски. Между тем, ни Республика Беларусь, ни Республика Казахстан не хочет «пожертвовать» своими национальными приоритетами и принципами в проведении экономической политики. К тому же наибольшие опасения связаны со вступлением России в ВТО. Республика Казахстан и Республика Беларусь с августа 2012г., с момента присоединения России к ВТО, вынуждены функционировать в рамках правового поля ВТО и соблюдать ее требования, включая запрет на установление дискриминационных режимов в отношении иностранных партнеров и отказ от предоставления преференций национальным компаниям. С точки зрения этих стран давление России в процессе создания валютного союза может увеличиться.

Отсюда понятна позиция представителей Республики Беларусь и Республики Казахстан, опасющихся быстрого перехода на российский рубль и считающих наиболее верной идею постепенного перехода к единой валюте [4].

Таким образом, главной причиной, препятствующей положительному решению вопроса о введении единой валюты, сегодня является отсутствие необходимого уровня макроэкономической гармонизации в странах ЕАЭС.

Именно поэтому, сегодня в первую очередь необходимо создать соответствующие условия для введения единой валюты и проработать все возможные аспекты. Введение единой расчетной единицы на евразийском пространстве должно быть осуществлено на заключительном этапе, при этом необходимость такого шага кажется очевидной. Это позволит не только значительно снизить транзакционные издержки, но и сделает экономику стран, входящих в ЕАЭС, устойчивой к европейским кризисам.

### **Список литературы**

1 Хасбулатов, Р.И. Мировая экономика и международные экономические отношения: в 2 ч. / Р.И. Хасбулатов. – М.: Рардарики, 2006. – Ч. 2. – 718 с.

2 Киреев, А.П. Международная экономика: учеб. пособие: в 2 ч. /А.П. Киреев. – М.: 1997, Ч. 1. – 416 с.

3 Чмеленко, Ю. Введение единой валюты в странах ТС: опасения и перспективы [Электронный ресурс] / Ю. Чмеленко // Фонд Развития Евразийского Сотрудничества. – 2014. – URL: <http://fondres.ru/index.php/analitika/326-vvedenie-edinoj-valyuty-v-stranakh-ts-opaseniya-i-perspektivy> / Дата доступа: 07.04.2015.

4 Чувахина, Л.Г. Введение единой региональной валюты на территории стран таможенного союза / Л.Г. Чувахина // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2014. – № 1-1. – С. 9 – 15.

**Ёлкина Д.Д., Каскевич Е.С.**

### **ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В ЭКОНОМИКЕ СТРАН СНГ**

Развитие национальной экономики Республики Беларусь во многом определяется интеграционными процессами в рамках Содружества Независимых Государств (СНГ). Экономическое развитие бывших республик СССР отличались высокой степенью интегрированности даже по сравнению с Европейским Союзом. В 1990 г. в межреспубликанский оборот поступало примерно 20% ВВП, в то время как в странах ЕС - лишь 14%. Из Беларуси вывозилось около 80% всей производимой промышленной продукции. Такой доли экспортной продукции промышленности не было ни в одной из стран Восточной Европы.

Образование СНГ с самого начала носило символический характер и не было подкреплено соответствующими нормативно-правовыми документами, обеспечивающими должное развитие интеграционных процессов. Только в сентябре 1993 г. был подписан Договор о создании Экономического союза, в котором определены основные этапы углубления экономической интеграции: межгосударственная (многосторонняя) ассоциация свободной торговли; таможенный союз; об-



щий рынок товаров, услуг, капиталов и рабочей силы; валютный (денежный) союз.

СНГ обладает большими природными, человеческими и экономическими запасами, которые дают ему значительные конкурентные преимущества и позволяют занять заслуженное место в мире. На долю СНГ приходится 16,3% территории земного шара, 5% численности населения, 10% промышленного производства.

Однако в странах СНГ весьма низким продолжает оставаться уровень экономической интегрированности. Если в бывшем СССР доля межреспубликанского товарооборота в суммарном объеме внешнеторгового оборота союзных республик достигла 69%, а в ЕС удельный вес в обороте между странами в общем внешнеторговом обороте составляет 62%, то в СНГ соответствующий показатель равен около 30%. Во внешнеторговом балансе Беларуси доля стран СНГ снизилась с 64,7% в 1995 г. до 54,9% в 2006 г. В сентябре 2003 г. подписано Соглашение о создании Единого экономического пространства (ЕЭП) на территории Беларуси, России, Казахстана и Украины, которое в свою очередь должно было стать базой для возможного будущего межгосударственного объединения - Организации региональной интеграции (ОРИ). ЕЭП объединяет страны с наиболее потенциальной экономической мощностью, на долю которых приходится более 92% ВВП, 89% товарооборота, 78% населения и 93% территории всех государств - участников СНГ. Данные четыре государства были намерены создать в пределах своих территорий единое экономическое пространство для свободного перемещения товаров, услуг, капиталов и рабочей силы. Одним из основополагающих условий формирования Единого экономического пространства четырех государств является учет принципов и правил ВТО (Всемирной торговой организации).

В рамках СНГ образованы и функционируют и другие субрегиональные объединения. В октябре 2007 г. в г. Душанбе на саммите ЕврАзЭС и ОДКБ Беларусь, Казахстан и Россия договорились о создании Таможенного Союза. В ЕврАзЭС вступил Узбекистан.

Среди стран СНГ наиболее последовательно осуществляют экономическую интеграцию Республика Беларусь и Российская Федерация. Развитие двусторонней интеграции Беларуси и России в начале XXI в. определено в Договоре о создании Союзного государства, который ратифицирован парламентами обеих стран и в январе 2000 г. вступил в свою силу. В последующем развитии интеграционных процессов и формировании единого экономического пространства Союзного государства важное значение имеет разработка совместных программ в различных сферах деятельности (научно-технической, производственной, социальной, экологической, правовой и экономической).

Республика Беларусь проводит разнонаправленную внешнеэкономическую политику, имеет внешнеэкономические связи более чем со 170 странами мира. Общий объем товарооборота Беларуси со странами, не входящими в СНГ, постоянно увеличивается.

В настоящее время страны СНГ проделали огромный путь по реформированию своих государственных систем. В них были приняты новые конституции, которые создали предпосылки для перехода к демократическому обществу и право-

вому государству, основанному на разделении властей. В одной части стран Содружества они принимались путем референдума. Это можно было наблюдать в России, Казахстане, Беларуси и Азербайджане. В других странах СНГ конституции принимались парламентским путем. К этим странам относятся Туркменистан, Узбекистан, Украина, Киргизия.

Таким образом, анализируя направленность и характер политических реформ, можно сделать вывод, что эти страны движутся к декларируемой ими цели построения правового государства, и в дальнейшем это будет способствовать интеграции на постсоветском пространстве.

Теоретически возможны несколько сценариев развития событий в СНГ. Первый, наиболее сложный путь – это движение к полной интеграции, т.е. к формированию экономического, политического и военного союза с участием всех или почти всех государств Содружества. Здесь можно говорить и о полной экономической интеграции, дополненной многосторонним сотрудничеством в сферах внешней политики, обороны, внутренних дел и культуры, и о военно-политическом союзе.

Во-вторых, возможно развитие интеграции "на разных скоростях". Это принципиально иной вариант, исходящий из того, что дифференциация государств Содружества будет продолжаться, и они разделятся на группу участников интеграционного союза и группу стран, связанную с этим союзом и между собой различными формами многостороннего сотрудничества с различным числом участников, а также двустороннего сотрудничества. Эта схема развития действует прежде всего в сфере экономики, но может распространяться также на сферу внешней политики и обороны. В данном варианте не исключен выход некоторых государств из зоны притяжения России и Содружества в целом.

В-третьих, при очевидном доминировании межгосударственных отношений и очень ограниченном, если не минимальном, многостороннем сотрудничестве, основанном на отдельных конкретных соглашениях, охватывающих разное число участников. Выход некоторых государств из зоны СНГ еще более вероятен, чем в предыдущем сценарии.

В-четвертых, менее мирный ("цивилизованный") распад СНГ с окончательным переходом к системе двусторонних межгосударственных отношений. Многостороннее сотрудничество становится скорее исключением, чем правилом, и обычно охватывает несколько соседних государств, объединенных общими региональными интересами (Европейская часть СНГ, Закавказье, Средняя Азия), включая и те, что не входили в состав СССР или, став независимыми после его распада, не вошли в СНГ.

В настоящее время сложно говорить по какому пути развития пойдут отношения стран СНГ, все зависит прежде всего от экономических и политических факторов.

### **Список литературы**

1. Европейский союз: новый этап интеграции. Проблемно-тематический сборник. М., 1996.
2. Шмулевич В.А. Интеграция как глобальная тенденция современности. М.,

2000. С.8.

3. Пивовар Е.И. Постсоветское пространство: альтернативы интеграции. СПб., 2010;

4. Шишков Ю.В. Интеграционные процессы на пороге XXI века: Почему не интегрируются страны СНГ. М., 2001;

5. Косикова Л.С. Интеграционные процессы на постсоветском пространстве: идеи и практика. М., 2008;

6. Европейский союз: новый этап интеграции. Проблемно-тематический сборник. М., 1996.

*Ш. А. Тагандурдыев,*

### **ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В хозяйственной деятельности предприятия основными вопросами являются снабжение, производство и сбыт (реализация) готовой продукции. Под готовой продукцией подразумеваются законченные производством на данном предприятии изделия, работы и услуги, которые могут быть предложены рынку как товары. Работа предприятий в новых экономических условиях предполагает реструктурирование всех функциональных сфер деятельности хозяйствующих субъектов, но главным образом это касается сферы сбыта готовой продукции. Переход на рыночную форму хозяйствования коренным образом меняет подходы к планированию и контролю сбытовой деятельности. Нет сомнений в том, что для успешной работы в рыночных условиях предприятиям необходима комплексная структурная перестройка системы управления сбытом, созданной при плановом ведении хозяйства.

Планирование сбыта на основе производственных планов привело к тому, что сбытовая деятельность отечественных промышленных организаций оказалась вторичной по отношению к производству. В условиях же конкуренции главная задача системы управления сбытом — обеспечить завоевание и сохранение организацией предпочтительной доли рынка и добиться превосходства организации над конкурентами. Сбыт продукции сейчас должен рассматриваться под принципиально иным углом зрения — через призму рыночного спроса и предложения. Иными словами, для выживания в рыночных условиях отечественные товаропроизводители должны производить то, что продается, а не продавать то, что они производят. Необходимо четко понимать новое содержание сбытовой деятельности. В условиях рыночной системы хозяйствования под сбытом (сбытовой деятельностью) следует понимать комплекс процедур продвижения готовой продукции на рынок (формирование спроса, получение и обработка заказов, комплектация и подготовка продукции к отправке покупателям, отгрузка продукции на транспортное средство и транспортировка к месту продажи или назначения) и организацию расчетов за нее (установление условий и осуществление процедур расчетов с покупателями за отгруженную продукцию). Главная цель сбыта — реализация экономического интереса производителя (получение предпринимательской

прибыли) на основе удовлетворения платежеспособного спроса потребителей. Хотя сбыт — завершающая стадия хозяйственной деятельности товаропроизводителя, в рыночных условиях планирование сбыта предшествует производственной стадии и состоит в изучении конъюнктуры рынка и производственных возможностей предприятия производить пользующуюся спросом (перспективную) продукцию и в составлении планов продаж, на основе которых должны формироваться планы снабжения и производства. Грамотно построенная система организации и контроля сбытовой деятельности способна обеспечить конкурентоспособность предприятия. В данной статье рассмотрены основные аспекты организации системы внутреннего контроля сбытовой деятельности предприятия в современных условиях хозяйствования.

В качестве основных целей функционирования системы внутреннего контроля (аудита) сбытовой деятельности коммерческой организации можно назвать:

- хранение и эффективное использование разнообразных ресурсов и потенциала коммерческой организации;
- своевременная адаптация организации к изменениям во внутренней и внешней среде;
- обеспечение эффективного функционирования организации и ее устойчивости и максимального развития в условиях многоплановой конкуренции.

Функционирование системы внутреннего контроля сбыта призвано сводить к минимуму различного рода риски в сбытовой деятельности организации (здесь риск — возможность неблагоприятных событий в деятельности организации: хищений, порчи ценностей, недополучения доходов, санкций, потери рыночных долей и т.д.).

Достижение целей системы внутреннего контроля обеспечивается реализацией задач, в которых от взаимосвязи и взаимодействия различных ее элементов требуется достичь общие или конкретные показатели (рубежи), по которым с различных сторон можно судить об эффективности управления и развитии организации.

Одной из форм внутреннего контроля сбытовой деятельности является внутренний аудит. Внутренний аудит — это регламентированная внутренними документами организации деятельность по контролю различных элементов управления сбытовой деятельностью, осуществляемая представителями специального контрольного органа в рамках помощи органам управления организации (общему собранию участников хозяйственного товарищества или общества или членов производственного кооператива, наблюдательному совету, совету директоров, исполнительному органу). Цель внутреннего аудита сбытовой деятельности — помощь органам управления организации в осуществлении эффективного контроля над различными звеньями (элементами) системы сбыта. Под главной задачей внутренних аудиторов следует понимать обеспечение удовлетворения потребностей органов управления сбытовой деятельностью в части предоставления контрольной информации по различным интересующим их вопросам. Под общей же функцией внутренних аудиторов следует понимать: а) оценку адекватности систем контроля: осуществление проверок звеньев управления (контроля) сбытом, предоставление обоснованных предложений по устранению выявленных не-

достатков и рекомендаций по повышению эффективности управления; б) оценку эффективности сбытовой деятельности: осуществление экспертных оценок различных элементов сбытовой деятельности и предоставление обоснованных предложений по их совершенствованию.

Под *сбытовой политикой организации* (предприятия) в наиболее широком смысле следует понимать выбранные ее руководством совокупность сбытовых стратегий маркетинга (маркетинг — достаточно сложное понятие, в наиболее узком смысле — это система управления коммерческой деятельностью, включающая в себя как управление сбытом, так и управление снабжением)(стратегии охвата рынка, позиционирования товара и т.д.) и комплекс мероприятий (решений и действий) по формированию ассортимента выпускаемой продукции и ценообразованию, по формированию спроса и стимулированию сбыта (реклама, обслуживание покупателей, коммерческое кредитование, скидки), заключению договоров продажи (поставки) товаров, товародвижению, транспортировке, по инкассации дебиторской задолженности, организационным, материально-техническим и прочим аспектам сбыта.

Сбытовая политика предприятия должна ориентироваться на:

- 1) получение предпринимательской прибыли в текущем периоде, а также обеспечение гарантий ее получения в будущем;
- 2) максимальное удовлетворение платежеспособного спроса потребителей;
- 3) долговременную рыночную устойчивость организации, конкурентоспособность ее продукции;
- 4) создание положительного имиджа на рынке и признание со стороны общественности.

Сбытовая политика, сформулированная основе целей и задач сбыта, должна соответствовать бизнес-концепции организации (что собой представляет организация, чем она сильнее конкурентов, каково желаемое место на рынке и т.д.), а также принятому курсу действий (ориентирам).

Сбытовая политика зависит от внутренних и внешних условий функционирования предприятия (организации) и для ее разработки необходим их детальный анализ, а также возможностей организации. Рынок представляет конкретному производителю разные возможности для сбыта и одновременно накладывает определенные ограничения. Производитель, заинтересованный в эффективности сбыта своей продукции, должен знать реальное положение дел на рынке и на этой основе принимать обоснованные решения по реализации товаров. Сбытовая политика строится на основе упорядоченного анализа потребностей и запросов, восприятий и предпочтений, свойственных потребителям продукции организации. Потребности и запросы покупателей постоянно меняются. Эффективная сбытовая политика должна быть направлена на постоянное обновление ассортимента и повышение разнообразия предлагаемых покупателям услуг (гарантийное обслуживание, консультации по эксплуатации, обучение пользователей и т.д.).

В рамках этих представлений организация должна перестраивать свою деятельность быстрее и эффективнее чем конкуренты, учитывая интересы, связанные с сохранением и повышением благополучия как самой организации, так и потребителей, общества. Сбытовая политика организации должна служить базой для

разработки ее снабженческой, производственно-технологической, инновационной и финансовой политики. По каждому пункту сбытовой политики имеется несколько вариантов (альтернатив) управленческих решений.

Выбор оптимального варианта осуществляется на основе глубокого всестороннего анализа с проведением необходимых расчетов и сопоставлением с вариантами по другим пунктам политики для их увязки. Некоторые пункты сбытовой политики должны анализироваться отдельно для каждой укрупненной ассортиментной группы товаров в зависимости от стадии ее жизненного цикла.

В дальнейшем необходим контроль эффективности принятого решения (выбранной альтернативы) по каждому пункту сбытовой политики. Фактические результаты замеряются, сравниваются с ожидаемыми (рассчитанными при обосновании выбора той или иной альтернативы) и анализируются (например, как на объем продаж повлияло решение о выборе косвенных каналов реализации).

Разрабатывать сбытовую политику целесообразно руководителям отделов сбыта и маркетинга. Они должны согласовывать текст (проект) «Положения о сбытовой политике» с другими руководителями организации (главным конструктором, главным технологом, начальником планово-экономического отдела (ПЭО), начальником финансового отдела, начальником отдела труда и заработной платы (ОТиЗ), начальником отдела материально-технического снабжения (ОМТС), начальником юридического отдела (юрисконсульт), главным инженером (техническим директором), заместителями директора по коммерческим, экономическим, производственным вопросам). После необходимых согласований начальник отдела сбыта (маркетинга) представляет завизированный вышеуказанными должностными лицами текст «Положения о сбытовой политике» на утверждение директору организации. «Положение о сбытовой политике» вводится в действие приказом руководителя (директора) организации.

Документальное закрепление сбытовой политики целесообразно по следующим причинам:

- формальное установление и документальное закрепление стандартов деятельности по сбыту снизит возможность злоупотреблений (сговор сбытовиков с покупателями и т.д.) и ошибок;
- наглядно демонстрирует взаимосвязь различных аспектов сбытовой деятельности и формирует единое видение сбытовой работы и возникающих проблем всеми ответственными работниками, что заставит их понимать проблемы не только своего отдела, но и других подразделений предприятия;
- способствует более четкой координации предпринимаемых усилий по сбыту;
- ведет к формальному установлению показателей сбытовой деятельности для контроля;
- делает организацию более подготовленной к внезапным переменам;
- на базе документально закрепленных положений сбытовой политики функциональные специалисты могут разрабатывать свои подробные планы, например, планы исследований различных аспектов рынка, планы рекламных мероприятий, сметы затрат на сбытовую деятельность, планы формирования портфеля заказов и т.д.;

- заставляет руководителей мыслить перспективно и более ответственно относиться к своим решениям.

### Список литературы

1. Словарь-справочник : Школа маркетинга / Б.А. Соловьев [и др.]. - М. : Феникс, 2004.
2. Бурцева В.В. Статья : Внутренний контроль сбытовой деятельности предприятий в современных условиях хозяйствования - URL: <http://mevriz.ru/articles/2001/6/984.html>.

**Б.Т. Шириев**

### ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА ЗОЛОТА

Золото – это не только драгоценный металл, но и весомый инструмент на бирже. На сегодняшний день, от мировой цены на золото будет зависеть и динамика развития такой сферы экономики, как драгоценные металлы. Последние несколько лет ознаменованы увеличением спроса на драгоценную продукцию, в том числе и на золото, который возрос в несколько раз. Это повлекло за собой и увеличение котировок. Все дело в том, что на данный момент в мире бушует финансовый кризис, а золото является своего рода убежищем для инвестиций. В такой форме они будут куда более сохранны. Стоимость на золото показана в таблице 1.

Таблица 1 – Стоимость золота за 2015 год

Дата	Долларов США за тройскую унцию	Дата	Долларов США за тройскую унцию
Январь	1263.500000	Июль	1080.050000
Февраль	1205.000000	Август	1128.500000
Март	1179.250000	Сентябрь	1114.000000
Апрель	1204.300000	Октябрь	1142.350000
Май	1190.400000	Ноябрь	1061.900000
Июнь	1175.000000	Декабрь	0.000000

Курс золота регулируется мировым рынком золота или другими словами, мировым финансовым рынком. Одним из его функций является контроль над ситуациями, когда курс может критично обвалиться или наоборот – увеличиться.

Пошатнуть курс золота может только мировой финансовый кризис. В этом случае мировой рынок золота оказывается почти бессилён. Очаги кризиса проявляют себя уже несколько лет, за это время цены на золото существенно увеличились. Но это сработало только на руку инвесторам, которые вовремя вложились в драгметалл и сохранили свой капитал в целостности и сохранности.

Мировому рынку золота также подвластен даже курс желтого металла в каждой отдельно взятой стране. У него достаточно рычагов влияния на курс и воз-

возможностей его регулировать.

Курс золота на рынке является наглядным показателем того, на каком уровне развития находится экономика той или иной страны. Официальный, он же общепринятый курс золота устанавливается на Лондонской Бирже Металлов два раза в день путем установления «лондонского фиксинга».

Кроме мировых цен на золото, есть еще так называемый национальный курс драгоценных металлов, по которому они будут продаваться в конкретном государстве. Данное обстоятельство накладывает на курс золота еще и некоторый экономический аспект. Мировой рынок золота контролирует изменение цены на драгоценный металл и по национальному курсу, и по международному, ведь во многом национальные котировки складываются из общемировых плюс расходы на доставку и налоги. Курс цены на золото в РФ показан в таблице 2 [25].

Таблица 2 – Курс грамма золота в Центральном банке РФ

	2013 г.		2014 г.		2015 г.	
	Покупка руб	Продажа руб	Покупка руб	Продажа руб	Покупка руб	Продажа руб
Минимальный	1170	1307	1170	1375	1645	1989
Средний	1389	1492	1492	1647	2110	2407
Максимальный	1597	1720	2580	3060	2696	3055

Таким образом, важно понимать, что курс золота на международном рынке драгоценных металлов может отличаться от того, которые устанавливает Центральный Банк той или иной страны. Разница чаще всего незначительна на малых объемах, а вот при «серьезном» инвестировании может достигать многих десятков тысяч долларов. Таким образом, курс золота в России будет отличаться от курса золота в мире.

Мировой рынок золота имеет множество особенностей. Большое значение ему придает тот факт, что золото имеет значительный вес в экономике каждого государства, обладающего запасами желтого металла в той или иной мере.

Мировой рынок золота устанавливает цену золота, которая все-таки является понятием иррациональным и варьирующимся. За общемировую стоимость, например, нельзя купить желтый металл в ближайшем отделении банка. На основе вышесказанного уже можно сделать вывод о том, что цена золота бывает двух видов:

- национальная, продажи в конкретном государстве;
- общемировая.

Само формирование цены на золото – это многогранный и многоэтапный процесс. Цена золота на мировом рынке составляет с начала года колеблется в пределах 1100–1200 долларов США за тройскую унцию, таковы показатели на сегодня. Стала она таковой после того, как сошлись такие факторы, как экономические, политические, спекулятивные и даже социальные. Обстановка в мире имеет большое влияние на курс золота.

Мировой финансовый кризис не смог не отразиться на рынке драгоценных металлов. Безусловно, за счет того, что цены на золото заметно возросли, многие вкладчики и инвесторы смогли сохранить свои деньги, но интерес населения и



даже брокеров к рынку золота заметно угас. Инвесторы не рискуют иметь дело с золотом из-за высокой степени риска своих вложений. Что касается фондовых индексов, то они значительно сократились, тем самым повлияв на формирование цены на золото.

Если говорить о добыче золота во всем мире и в России в частности, то оно также заметно снизило свои обороты. Объяснить это можно тем, что высокие затраты на добычу золота не окупаются, так как, как уже говорилось ранее, интерес населения к рынку драгоценных металлов значительно угас.

Но несмотря на это экономисты наперебой высказывают положительный прогноз на будущее и оценивают перспективы мирового рынка золота как многообещающее. В ближайшее время даже в нашей стране ожидается повышение спроса на золото. Для этого Центральным Банком будут проведены некоторые манипуляции, которые позволят обычному населению приобретать золота в обезличенном эквиваленте под привлекательные проценты, дабы снизить привязку к американской валюте. Мировой курс должен стабилизироваться, в том числе и в отношении золота.

Ожидания экспертов сулят не только увеличение инвестиционной привлекательности золота, но и увеличение его запаса в национальной казне, а также увеличение объемов золотодобычи и экспорта желтого металла. Отсюда же следует, что цены на золото во всем мире могут стать более доступны странам, которые не могут похвастаться большими объемами запасов золота. Это сможет положительно сказаться на их экономике.

Сама же стоимость золота на мировом рынке, по прогнозам экспертов, должна стать ощутимо выше, чем сегодня. Это хороший знак для простого населения.

Курс золота обещает быть приемлемым, и ситуация на мировом рынке не сулит никаких «сюрпризов». Если цена золота, по сообщению тех же специалистов, на мировом рынке и будет колебаться, то только в незначительных пределах.

Таким образом, вопреки юридической демонетизации золота оно играет определенную роль в международных валютно-кредитных отношениях. Золото в современных условиях сохраняет определенные качества валютного металла, то есть чрезвычайных мировых денег.

Основными потребителями золота являются: ювелирная промышленность; электронная и другие отрасли экономики; стоматологическая промышленность и медицина; частные тесавраторы и инвесторы.

Формирование рыночной цены золота - многофакторный процесс: она колеблется в зависимости от экономических, политических, спекулятивных факторов. В их числе: экономическая и политическая обстановка, объем промышленного потребления золота и инвестиционно-тезаврационного спроса, инфляция, колебания ведущих валют и процентных ставок, распространение альтернативных золоту финансовых инструментов, используемых для страхования рисков.

Перспективы рынка золота оцениваются позитивно, но в последнее время, можно сделать вывод о заметном снижении интереса к драгоценным металлам. Усиление склонности инвесторов к риску и растущие вместе с этим фондовые ин-

дексы существенно сократили инвестиционный спрос на золото, который на текущий момент является одним из главных факторов, определяющих динамику котировок желтого металла.

В современной экономике золото теперь уже не выступает в качестве средства платежа. Но при этом золото так и осталась активным участником в системе экономических международных отношений. Мировой рынок золота выступает в качестве совокупности внутренних рынков отдельных стран и международных рынков, не регулируемых государством. Эта совокупность рынков обеспечивает всем желающим инвесторам проведение круглосуточной глобальной торговли не только самим золотом, но и производными инструментами.

### **Список литературы**

1. Хазиев, В. Мировой рынок золота в 2006 году / В. Хазиев. – М. : Просвещение, 2007.– 27 с.
2. Борисов, Е.Ф. Основы экономики : учебник / Е.Ф. Борисов. – М. : Юристъ, 1998.– С. 76–77.
3. Агентство экономической информации. – URL: <http://www.prime-tass.ru/> (дата обращения: 14.07.2016).
4. Промышленность. – URL: <http://prominfo.jimdo.com/>(дата обращения: 14.07.2016).
5. Архипов, Я. Мировой рынок золота и его перспективы / Я. Архипов. – М. : Финансы, 2007. – С. 69–71 с.
6. Алмазова, О.Л., Золото и валюта: прошлое и настоящее / О.Л. Алмазова, Л.А. Дубоносова. – М. : Финансы и статистика, 1998. – 138 с.;
7. Томас, Д. Воротилы финансового мира / Д. Томас. – М. : Прогресс, 1996.– С. 112–113с.
8. Электронный ресурс. – URL: [http://ria.km.ua/news/read/zoloto\\_investicii.html/](http://ria.km.ua/news/read/zoloto_investicii.html/) (дата обращения: 14.07.2016).
9. Бажанов, С.В. Современный рынок золота / С.В. Бажанов [и др.]. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 274 с.
10. Харуко, Ф. Мировое золото / Ф. Харуко // Междунар. жизнь. – 2001. – №8. – С. 97.

**Чайков В.С.**

### **МИРОВОЙ РЫНОК ВООРУЖЕНИЙ**

Мировой рынок вооружений это сложная система международных военно-экономических связей. Торговля оружием позволяет не только зарабатывать деньги, но и воздействовать на военно-политическую обстановку в различных регионах мира, на политический курс стран-покупателей; наращивать совокупный потенциал союзных государств; испытывать новые образцы вооружения, обеспечивать загрузку производственных мощностей военной промышленности.

Очевидно что рынок вооружений существует за счет того что государства хотят быть полностью уверены в своей безопасности и боевой мощи.

Также особенность состоит в том, что торговля оружием осуществляется, как правило, на основе межгосударственных соглашений. Однако наряду с легальными формами торговли существует нелегальный рынок торговли оружием, размеры которого весьма значительны. Следует отметить две разновидности нелегального рынка: «серый» и «черный». На так называемом сером рынке поставки оружия ведутся с заведомо правительственных организаций, но без широкой огласки. Годовой объем реализации на сером рынке вооружений достигает 2 млрд. долл. Черный рынок представляет собой поставки вооружения и военной техники в обход существующих норм и международных соглашений.

Подводя итоги 2015-го года, лидерами по продаже оружия являются:

**США** с 31%-й долей на рынке вооружений. **Россия** с показателем в 27% , далее следуют **Китай, Германия** и **Франция** с долями в 5%.



### Черный рынок оружия

Сегодня по уровню доходности и динамизму развития незаконный оборот оружия, уступает лишь индустрии наркобизнеса. Различие между законными и незаконными поставками вооружений в значительной мере определяется не характером продукта, а тем, кто является конечным потребителем.

Сделки на черном рынке оружия представляют собой подпольную деятельность, где значительная часть расходов связана с тайным характером таких сделок, а обратный поток денежных средств проходит процесс легализации.

Резкому увеличению спроса на нелегальном рынке оружия способствуют также политическая нестабильность и связанные с ней вооруженные конфликты. Незаконный объем продажи оружия возрос в результате этнических, религиозных и националистических вспышек, которые в некоторых случаях переросли в открытую войну в таких регионах, как *Балканский полуостров, район Карпат, Кавказ, Восточная и Западная Африка и Западная Азия.*

Огромные склады оружия вышли из-под контроля правительств и попали в руки организованных преступных элементов, которые быстро наладили необходимые пути поставок только в первой половине 1992 года общий объем зарегистрированных краж огнестрельного оружия в новых демократических странах Восточной Европы вырос почти на 30 процентов.

Наиболее крупным и стабильным источником поступления оружия в уголовную среду и в зоны национальных конфликтов остаются части российских вооруженных сил: по некоторым данным более половины находящегося в нелегальном обороте оружия попадает в него со складов и хранилищ частей Министерства обороны.

Эта часть рынка оружия является одной из самых проблемных, так как сопряжена с ростом наркопродукции.

Специфический и небольшой рынок приносит большой доход ведущим сегментам в сфере вооружения.

Подводя итоги можно утвердить, что торговля вооружением на сегодняшний день является фактором сотрудничества стран, политического влияния и безопасности государства в целом.

**Точилкина Д.В.**

## **МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ И ОСОБЕННОСТИ ЕГО РАЗВИТИЯ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ**

В последнее время такое явление, как туризм, прочно вошло в нашу жизнь. Если только, полвека назад туризм охватывал лишь незначительную часть населения, то сегодня он стал социально-экономическим явлением международного масштаба. С одной стороны, его быстрому развитию способствует расширение политических, экономических, научных и культурных связей между государствами и народами мира, а с другой стороны, туризм сам является мощным социально-экономическим и политическим явлением, ставшим неотъемлемой частью современных международных отношений и оказывающим серьезное влияние на международные связи.

Туризм является мощным фактором в формировании имиджа и престижа страны в глазах мирового сообщества. С экономической точки зрения туризм является источником валютных поступлений и средством занятости населения.

Кроме того, туризм имеет социальное значение как фактор повышения образовательного уровня людей. Он позволяет миллионам людей значительно расширить знания по истории не только своей страны, но и других регионов мира, сделать их более устойчивыми, конкретными, образными, лучше понять ход и значение отдельных исторических событий и явлений, познакомиться с достопримечательностями той или иной страны и т.д.

Таким образом, международный туризм – это туризм в другую страну, т.е. иностранный туризм. Другими словами, международный туризм означает поездки с туристскими целями за пределы страны постоянного жительства, более точно: международный туризм – это система путешествий, осуществляемая на основе межгосударственных договоров.

Международный туризм играет важную роль в мировых экономических отношениях.

В условиях научно-технической революции, продолжающегося развития международной экономической интеграции, дальнейшего углубления международного разделения труда, роста культурных, научных, спортивных и других межгосударственных контактов, стремления народов к общению и использованию опыта других стран в создании материальных и духовных ценностей международный туризм находит свое отражение в деловых и научных контактах. Международный туризм наряду с другими видами экономических, культурных, соци-

альных, научных и технических связей государств является важным фактором укрепления взаимного доверия и вносит значительный вклад в решение таких проблем, как поддержание мира, укрепление дружеских взаимоотношений между государствами.

Туризм – категория экономическая, потому что государство, принимая туриста, продает ему местные услуги, создает рабочие места для своих граждан, получает огромные доходы от ввоза валюты. Во многих странах туризм является наиболее прибыльным видом экономической деятельности и существенным источником поступлений от экспорта и роста национальной экономики.

Желание путешествовать, стремление к перемене мест считается врожденным свойством человека. Цели путешествия могут быть самыми разнообразными – деловыми, познавательными, ради поиска приключений, получения сильных ощущений, для отдыха, для отвлечения от монотонности повседневной жизни.

Единообразной периодизации туристского движения в науке не существует, поскольку его история уникальна для каждой страны или культурного сообщества. Однако систематизация истории туризма необходима, чтобы лучше понять весь комплекс связанных с ним экономических, экологических и общественных явлений, и попытки в этой области продолжаются.

Международный туризм является одним из основных видов международной экономической деятельности, сложной и комплексной сферой, оказывающей существенное влияние как на структуру и общую ситуацию в мировой экономике, так и на хозяйства большинства стран и отдельных регионов мира. Развитие туризма оказывает стимулирующее воздействие на такие секторы экономики, как транспорт, связь, торговля, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления, и составляет одно из наиболее перспективных направлений структурной перестройки экономики.

1. Международный туризм – это туризм в другую страну, т.е. иностранный туризм. Другими словами, международный туризм означает поездки с туристскими целями за пределы страны постоянного жительства, более точно: международный туризм – это система путешествий, осуществляемая на основе межгосударственных договоров.

2. На сегодняшний день в большинстве стран туризм является одной из крупнейших, высокодоходных и наиболее динамичных отраслей экономики, играет важную роль в стимулировании социально-культурного, политического и физического развития, способствует повышению экономического благосостояния граждан своей страны, подчиняя этой цели выделение ресурсов на привлечение различных сегментов туристического рынка. Передвижение туристов как в международном, так и в национальном масштабах вносит значительный вклад в решение вопросов занятости, приносит доход национальным и региональным структурам, предприятиям и т.д. Развитая туристическая индустрия способствует увеличению поступлений валюты в страну, а также доходов через налоги.

3. Основными тенденциями развития туризма являются: неравномерность распределения международных туристских потоков; более динамичное увеличение объемов путешествий с целью рекреации; рост количества краткосрочных по-

ездок на выходные дни или на 2-3 ночевки; возрастание требовательности клиентов к сервису; рост мобильности населения; широкое внедрение инновационных технологий; превышение темпов роста количества путешествующих в соседние страны или страны ближайших регионов над числом путешествующих в дальние страны; растущий спрос на туристский продукт, предназначенный для так называемого «зрелого» сегмента туристского рынка.

4. Всемирная туристская организация, специализированное учреждение ООН, является ведущей международной организацией в сфере туризма. Она служит в качестве глобального форума в области туристской политики и практического источника туристского ноу-хау. Благодаря созданию этой организации происходит эффективное и быстрое развитие туристической отрасли в мире, а значит и улучшение отношений между государствами и народами разных стран.

5. Агротуризм на современном этапе рассматривается как одно из наиболее приоритетных направлений развития туризма в Республике Беларусь. Он нацелен на эффективное использование природного, этнокультурного и человеческого потенциала белорусской деревни на благо ее жителей, а так же всех граждан республики и зарубежных гостей. Сельский туризм активно способствует диверсификации местной экономики, формированию спроса на местные товары и услуги, повышению доходов сельского населения и его активному участию в экономической сфере.

Перспективными видами туризма в Республике Беларусь являются агротуризм и экотуризм. В Беларуси имеется большой потенциал и достаточное количество природных ресурсов, чтобы развивать и становиться лидерами в этих видах туризма.

Туризм является одной из важнейших сфер современной экономики. Данный вид деятельности направлен на удовлетворение потребностей людей в ознакомлении с историей, культурой, обычаями, духовными и религиозными ценностями различных стран и их народов.

Туристический потенциал страны базируется, главным образом, на многообразии и красоте природы, уникальности историко-культурного наследия и включает более 15 тысяч объектов, имеющих историческую, культурную, архитектурную значимость, а также памятных мест, связанных с именами выдающихся деятелей мировой истории и культуры. Создание новых туристических и экскурсионных маршрутов способствует формированию позитивного туристического имиджа страны, увеличению потока иностранных туристов.

Беларусь имеет исключительно богатый природный и историко-культурный потенциал, благоприятный для международного туризма. Здесь относительно мягкий климат, в благоприятной пропорции соотносятся в ландшафтах пойменные низменности и моренные гряды, открытые и залесенные пространства, обилие рек и озер, отсутствуют обширные горнорудные и промышленные районы. Республика имеет компактную территорию, густую сеть сельских и городских (особенно малых и средних) населенных пунктов, развитую инфраструктуру дорожных коммуникаций различного уровня. В городах и сельской местности находится 1834 памятника археологии, 1597 – архитектуры, 1131 – истории, 122 – искусства, около 100 центров народных промыслов и ремесел, десятки локальных

районов традиционного ткачества и вышивки, гончарства, плетения, шорного промысла и т.д. Помимо природных заповедников, заказников существуют селения и города, представляющие собою комплексные заповедники, где сохранившаяся историческая среда соседствует с традиционно-бытовым укладом жизни.

### **Список литературы:**

- 1) Бабкин, А.В. Специальные виды туризма: учебное пособие / А.В. Бабкин. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 252 с.
- 2) Дорогенский, А.В. Проблемы и специфика развития агротуризма в Республике Беларусь [Электронный ресурс] / А.В. Дорогенский // Репозиторий Полесского государственного университета. – 2012. – URL: <http://rep.polessu.by/handle/112/1188>.
- 3) Корнева, Е.С. Международный туризм и право: пособие / Е.С. Корнева. – Гродно: ГрГУ, 2010. – 143 с.

**А.М. Тюлькова**

## **РЫНОК ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ**

Развитие компьютерных информационных систем и телекоммуникационных технологий привело к формированию нового вида экономической деятельности – электронного бизнеса

Электронный бизнес – это любая деловая активность, использующая возможности глобальных информационных сетей для преобразования внутренних и внешних связей с целью создания прибыли.

Электронная коммерция является важнейшим составным элементом электронного бизнеса. Под электронной коммерцией (e-commerce) подразумеваются любые формы деловых сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется электронным способом вместо физического обмена или непосредственного физического контакта, и в результате которого право собственности или право пользования товаром или услугой передается от одного лица другому.

Электронный бизнес имеет четыре основных этапа использования: маркетинг, производство, продажи и платежи, а степень использования информационных и коммуникационных технологий и систем служит мерой, по которой бизнес может считаться электронным. Степень использования телекоммуникационных технологий определяется использованием глобальной сети Интернет как инструмента организации единого информационного пространства электронного бизнеса.

Вся же информация хранится на web-серверах – компьютерах, принадлежащих организациям, осуществляющим интернет-услуги. Доступ к информации осуществляется по запросам из программ-браузеров клиентов сети [1].

### **Основные проблемы в рамках электронной коммерции**

Стремительное распространение электронной коммерции породило и специфические, неизвестные ранее проблемы:

1. Воздействие электронной коммерции на финансовые поступления.

Товары, которые можно заказать из другой страны электронным способом, должны доставляться по воздуху, железной дороге, автотранспортом либо морем. Таможенные сборы на такие товары удерживаются при пересечении границы, точно также, как и сборы на такие же товары, заказанные обычным путем. Однако такие товары, как книги, фильмы и музыкальные произведения можно оцифровать и непосредственно переслать потребителю по мере расширения торговли по Интернету, что может привести к аномальной ситуации. Таможенный сбор может подлежать уплате с книги или CD-диска при пересечении границы, в то время как их оцифрованные версии, доставляемые непосредственно потребителям через Интернет, позволяют избежать уплаты таких сборов. Вероятно, с таких товаров при переводе через Интернет также трудно взимать и налоги (например, НДС и налог с продаж). Последние исследования, тем не менее, показывают, что невзимание таможенной пошлины с оцифрованных товаров, скорее всего, не повлечет за собой серьезных последствий для доходной части бюджета страны.

## 2. Защита прав интеллектуальной собственности.

Растущий оборот торговли через Интернет может выдвинуть на первый план необходимость уточнения трактовки прав интеллектуальной собственности. Аналогичные торговые марки могут применяться в разных странах и в условиях существующего без границ мира электронной коммерции, это может вызывать конфликтные ситуации. Аналогичной является проблема присвоения имени домену и способы разрешения конфликтов возникающих на почве использования одинаковых или подобных имен.

## 3. Другие правовые вопросы.

Другие правовые проблемы, проявившиеся именно в связи с появлением электронной коммерции, связаны с идентификацией личности, подтверждением подлинности сообщений и подписей - все они носят международный характер. Решение этих проблем, тем не менее, часто наталкивается на несовершенство (отсталость?) национальных законодательств.

Национальные особенности правовой базы собственно торгово-коммерческой деятельности (налогообложение экспорта и импорта, юридическая регистрация резидентов и нерезидентов и т.д.) также часто являются препятствиями и создают искусственные проблемы современным реалиям трансграничной электронной коммерции.

На международном уровне неоднократно предпринимались попытки по оказанию помощи правительствам в решении проблемы неадекватности применяемого законодательства. Например, UNCITRAL (орган ООН, несущий ответственность за внедрение гармонизации и унификации международного торгового права) осуществил работу, результатом которой стало принятие в 1996 г. Типового закона по электронной коммерции. В этом Типовом законе содержатся нормы и правила легализации и признания контрактов, согласованных с помощью электронных средств, устанавливаются принципы дефолта, применимые при разработке и исполнении контракта; определяются признаки действительности электронных записей и подлинности документов, предусматриваются условия приемлемости электронной подписи в юридических и коммерческих целях. В законе выражена поддержка возможности использования компьютерных свидетельств и



доказательств при рассмотрении дел в судебных или арбитражных слушаниях. Типовой закон может использоваться государствами для разработки внутреннего законодательства, призванного содействовать устранению юридических препятствий, усложняющих электронную коммерцию и неопределенностей, возникающих в связи с ее применением.

Со стороны отдельных стран Европейского сообщества и международных организации также предпринимались некоторые попытки разрешения юридических проблем, связанных с применением электронной коммерции. Сюда относятся; взаимный обмен контрактами и соглашениями между партнерами в торговле, которые касаются вопросов EDI (обмен электронной информацией).

#### 4. Угроза общественной морали и безопасности.

Контролировать все, что можно найти в Интернете, практически невозможно. Тем не менее, существуют возможности по предотвращению доступа к нежелательной информации путем установки индивидуальных программных фильтров на персональных компьютерах, или в более широком масштабе, предоставление такой услуги силами провайдеров услуг Интернета. Рост использования Интернета и других электронных средств в международной торговле товарами и услугами заставил государства-члены ВТО принять на Женевской Конференции министров (состоявшейся в мае 1998 г.) Декларацию о мировой электронной коммерции.

Для того, чтобы обеспечить свое участие в такой торговле, странам предстоит укрепить свои возможности, чтобы быть в состоянии осуществлять ее в качестве приоритетного направления. Однако нельзя недооценивать сложность осуществления такой задачи. Странам придется вкладывать средства как в развитие физической, так и человеческой инфраструктуры, в специальное образование и обучение и создавать соответствующую юридическую базу, позволяющую осуществлять торговлю с использованием электронных средств.

Следует учитывать и вышеупомянутую проблему коммерческой безопасности, Весьма существенный ущерб мировой экономике могут наносить деструктивные действия различных лиц. Отметим, что для расчета ущерба, нанесенного мировой экономике (только корпоративному сектору без учета правительственных структур) в результате компьютерных атак, использовались сведения, предоставленные компаниями о расходах на выявление и уничтожение программ, способствовавших процессу атаки: расходы на очистку систем от последствий атаки; а также те средства, которые компания недополучила в результате атаки.

Хотя и не оправдались пессимистические прогнозы, высказанные на рубеже веков (предрекались «смерть Интернета» из-за непрерывных вирусных атак, лавинообразный рост компьютерного пиратства и т.п.), компьютерная преступность растет все же существенными темпами (по оценкам, прирост составил 47% только за 2002 год) [2].

В электронной торговле создаются рабочие места, стимулируется спрос, рост налоговой базы, рост малого и среднего бизнеса. Большинство крупных игроков белорусского рынка уже вышли в Интернет. Немало представителей малого и среднего бизнеса хотят выйти в Сеть, причем никакие технические факторы не сдерживают развития электронной коммерции в Беларуси. Главный тормозящий фактор – законодательство. Многие сервисы, успешно внедренные за границей,

невозможно использовать у нас, так как законы не содержат некоторых важных определений.

Для защиты сделок в Интернет в настоящее время организованы специальные центры сертификации. Они следят за тем, чтобы каждый участник электронной коммерции получал уникальный электронный «сертификат», в котором с помощью ключа центра сертификации подписан открытый ключ данного участника коммерческих сделок. Сертификат генерируется на определенное время. Чтобы его получить, в центр сертификации необходимо предоставить документ, удостоверяющий личность участников сделки (для юридических лиц таким документом является свидетельство о регистрации). Каждый участник, имея «на руках» открытый ключ центра сертификации, может с помощью сертификатов проверить подлинность открытых ключей других участников и совершать сделки.

В случае транзакции в электронной коммерции все, что требуется от мошенника – знание реквизитов карты. Затраты, связанные с изготовлением поддельной физической карты, в этом случае не требуется. В мире пластиковых карт с магнитной полосой самым надежным способом защиты транзакции от мошенничества является использование PIN-кода для идентификации владельца карты его банком-эмитентом. Секретной информацией, которой обладает владелец карты, является PIN-код. Он представляет собой последовательность, состоящую из 4–12 цифр, известную только владельцу карты и его банку-эмитенту. PIN-код применяется всегда при проведении транзакции повышенного риска, например при выдаче владельцу карты наличных в банкоматах. Выдача наличных в банкоматах происходит без присутствия представителя обслуживающего банка (ситуация похожа на транзакцию электронной коммерции). Поэтому обычных реквизитов карты для защиты операции "снятия наличных в банкомате" недостаточно и используется секретная дополнительная информация - PIN-код. Владельцы карт, эмитенты которых держат свою базу данных карточек на хосте STB CARD, могут получить дополнительный PIN-код, называемый PIN2. Этот код представляет собой последовательность из 16 шестнадцатеричных цифр, которая распечатывается в PIN-конверте, передаваемом владельцу карты, и вычисляется эмитентом с помощью симметричного алгоритма шифрования, примененного к номеру карты и использующего секретный ключ, известный только эмитенту карты [3].

Таким образом, доля электронной коммерции в ближайшее время будет возрастать, следовательно, будет возрастать ее положительное воздействие на экономику государства и уровень жизни общества, появятся новые выгодные возможности: глобальное присутствие и глобальный выбор; персонализация продаж, реакция на спрос; снижение издержек; новые возможности ведения бизнеса; дальнейшее развитие конкурентной среды.

### **Список литературы:**

1. Шаховалов, Н.Н. Интернет-коммерция / Н.Н. Шаховалов // Интернет-технологии в туризме. – Барнаул: АлтГАКИ, 2007. –120-130 с.
2. Кадошук, И. Защищенная открытость / И. Кадошук // Сетевой журнал

[Электронный ресурс]. – 2000. – № 9. – Режим доступа: <http://setevoi.ru/cgi-bin/text.pl/magazines/2000/9/68>. –Дата доступа:09.07.2016.

3. Потапкин, С. Безопасность электронных платежей / С. Потапкин // "Интернет Финансы" (iFin.ru) [Электронный ресурс]. –2003. – Режим доступа: <http://www.ifin.ru/publications/read/371.stm>. – Дата доступа:10.07.2016.

## **Рощин А.В. МИРОВОЙ РЫНОК КОФЕ**

Самая распространенная легенда гласит, что человечество открыло удивительные свойства кофе благодаря эфиопскому пастуху по имени Калди. Однажды тот заметил, что козы, которых он пас на горных склонах, становятся очень резвыми, отведав листву и ягоды какого-то дикорастущего кустарника. Поддавшись любопытству, Кадди решил сам попробовать эти красные ягоды, напоминающие вишню. Он почувствовал такой необычный прилив энергии, что смог бодрствовать целых три дня.

Из Эфиопии кофе попал в Йемен – здесь началось «одомашнивание» кофе, и был изобретен сам напиток.

Два века Йемен был единственной страной, поставляющей кофе на мировой рынок. Оттуда кофе начал распространяться по всем континентам земного шара. Этому во многом способствовало то, что Йемен лежал на важных торговых путях, ведущих из Восточной Африки и Юго-Восточной Азии в страны Ближнего Востока и в Европу.

В Европе о кофе впервые услышали в 1592 году, после того как итальянский врач и ботаник Просперд'Альпино, сопровождавший венецианское посольство в Египет, описал как эффективное лекарственное средство напиток, приготовленный из зерен кофе.

Однако распространению кофе в Европе яростно противились торговцы вином и пивом, возмущенные тем, что кофейные заведения начали отбивать у них посетителей. Но, несмотря ни на что, уже в XVII веке кофе стал популярным напитком в Италии, Венгрии, Польше, Германии, Франции, Швеции.

Кофе — напиток, изготавливаемый из жареных зёрен кофейного дерева. Благодаря содержанию кофеина оказывает стимулирующее действие. Кофе всегда ценили за ту бодрость и свежесть, которую приносит чашка этого божественного напитка. На мусульманском Востоке, где запрещено употребление спиртных напитков, кофе является обязательной составляющей любого праздничного стола. В Беларуси, этот напиток не является очень популярным.

По видам производства и методам потребления рынок кофе можно поделить на следующие сегменты: Сегментация рынка кофе по виду продукции

- растворимый кофе
- молотый кофе
- кофе в зернах

В зависимости от вида продукции можно выделить основные тенденции потребления:

Дешевый низкокачественный кофе - в основном потребляется в небольших населенных пунктах, районных центрах. Основной целевой сегмент – Пассивные потребители;

Молотый кофе и в зернах, качественный дорогой растворимый кофе – основной потребитель большие города. Целевой сегмент - активные потребители;

Кофейные напитки - в основном потребляются на сельской местности.

Рынок кофе представлен двумя основными сортами — арабика и робуста в соотношении 62,3% к 37,7% в пользу арабики. Основными поставщиками кофе на мировой рынок являются Бразилия, Вьетнам, Колумбия и Индонезия. Эти страны обеспечивают 64% мирового производства и 62% мирового экспорта.

- Наиболее качественную мытую арабику поставляет Колумбия. Бразилия производит арабику натуральную и робусту, с перевесом в пользу арабики. Индонезия производит робусту и арабику, с преимуществом в пользу робусты, а Вьетнам — только робусту. Измерение рынка преимущественно производится в 60-ти килограммовых мешках.

- От всего объема мирового производства, как правило, около 63 млн. мешков предназначается для экспорта. Остальное количество остается для внутреннего потребления в странах-производителях или складировается, при перепроизводстве, в специальных хранилищах.

Основными потребителями кофе считаются - **США** (1/3 мирового импорта), **ЕС** (Германия, Франция, Италия, Нидерланды, Швеция) и **Япония**, на долю которых приходится 53% мирового потребления и 97,5% объема мирового импорта.

Мировые товарные обороты на рынке кофе занимают второе место после рынка нефти в статистике мировой торговли.

Продажа кофе производится чаще всего на условиях FOB (freeonboard) морем из портов отправки, или CIF (cost, insuranceandfreight) из портов назначения. Нью-Йорк, как и прежде, является мировой торговой столицей кофе. Но, тем не менее, большие запасы хранятся в европейских портовых городах Роттердам, Амстердам, Гамбург, Бремен, Лондон и Триест. Две важнейшие и крупнейшие кофейные биржи находятся в Нью-Йорке и Лондоне. В Нью-Йорке на торги выставляется преимущественно центрально- и южноамериканская арабика; за единицу веса принимается фунт. В Лондоне выставляется в основном африканский кофе (робуста).

Основные факторы влияния на производство и цены кофе:

- климат (погода в культивируемых областях)
- государственная политика (политико-экономическая обстановка в странах, правительственные действия, направленные на поддержание цен)
- состояние производственных мощностей
- текущие запасы кофе
- сезонные факторы динамики цен, показывающие ценовую зависимость от фундаментальных факторов
- потребительские предпочтения — долговременной перспективе имеют значение

### **Рынок кофе в РБ**

Ситуацию на белорусском рынке кофе во многом определяют культура и

традиции его потребления - в Беларуси кофе пьют очень мало. Среднедушевое потребление кофе в Беларуси составляет всего 200-300г в год, т.е. в целом емкость белорусского кофейного рынка колеблется в пределах 2-3 тыс. т. В ходе маркетингового исследования выявили – 21% жителей РБ вовсе не покупают и не потребляют его. Для сравнения: россияне выпивают уже до 1 кг кофе на человека, притом что по оценкам экспертов российской Организации производителей кофе, объединяющей ведущие российские и международные компании, ежегодно рынок прирастает на 10% и в нынешнем составит около 90 тыс. т. Значительно больше пьют кофе в Европе - немцы выпивают около 7-8 кг в год, а в Финляндии среднедушевое потребление кофе достигает 15 кг.

Объем рынка кофе составляет от 60 до 75 млн. USD с ежегодным приростом около 10%. Притом растет как количество продукта, так и его цена. Согласно статданным, импорт только натурального кофе в 2008 г. увеличился с 1,893 до 2,446 т в сравнении с 2007-м, а производство крупными отечественными предприятиями за год выросло с 228 до 313 т. За последние пару месяцев стоимость кофе в розничной продаже поднялась на 10-20%. Специалисты прогнозируют сохранение этой тенденции, ссылаясь на повышение мировых котировок на биржах, а также усложнение деятельности ИП. Структурируя белорусский рынок кофе, можно выделить пять основных сегментов: растворимый, зерновой, молотый кофе, кофейные смеси и напитки. Особенность белорусского рынка – потребление большого количества растворимого кофе и смесей, основное преимущество которых обеспечивается за счет удобства приготовления и невысокой цены. Группа «растворимый кофе» представлена на российском рынке тремя основными разновидностями: сублимированным, агломерированным, порошковым.

Несмотря на тенденцию к росту доли натурального (зернового и молотого) кофе, понадобится продолжительное время, чтобы пропорции потребления кофе приблизились к европейским (по данным международной кофейной ассоциации, в большинстве европейских стран, например в Германии, уровень потребления молотого кофе достиг 80%). Тенденции на белорусском рынке кофе не выходят за рамки общемировых. На первоначальной стадии развития рынка возрастает потребление растворимого кофе, а затем, по мере его развития, акценты смещаются в сторону увеличения доли натурального (зернового и молотого) кофе. При этом изменяется структура потребления за счет увеличения продаж качественных марок растворимого кофе (гранулированный и сублимированный кофе). Одновременно возрастает и потребление натурального кофе – сначала молотого, а затем и зернового.

Ведущие иностранные брэнды в Беларуси: Нескафе, Пеле, Якобс, Жокей. Основной источник импорта - Россия, откуда на наши прилавки поступает порядка 70%.

Главной задачей для Правительства является развитие производства кофе внутри республики и снижения импорта кофейных продуктов. В этом направлении принято ряд мер, обеспечивающих поддержку отечественным производителям.

### **Формирование розничных цен на кофе**

Минэкономки РБ установило предельные максимальные торговые надбав-

ки (с учетом оптовой надбавки) к отпускным ценам организаций-производителей (импортеров) на социально значимые товары (постановление Минэкономики РБ от 14.12.2011 № 200 (далее – постановление № 200)). На кофе такие надбавки установлены в размере не более 22 %.

При реализации кофе оптовыми организациями следует помнить, что размер оптовой надбавки ограничен путем установления предельной максимальной торговой надбавки в размере не более 22% (с учетом оптовой надбавки).

#### **Можно сделать следующие выводы:**

Рынок кофе представлен большим количеством производителей, которые выпускают данную продукцию и постоянно пополняют ее ассортимент. На белорусском рынке, в основном, преобладает растворимый кофе (80%). Быстрота и простота приготовления такого кофе экономит время, и это один из значимых факторов у нынешних потребителей для принятия решения о покупке именно растворимого кофе.

Расширение ассортимента кофе, как и улучшение качества производимого продукта, является важнейшей задачей для производителей. Это достигается за счет смешивания различных сортов кофе, применения новых технологий при производстве натурального растворимого кофе и кофейных напитков.

Главной задачей для Правительства является развитие производства кофе внутри республики и снижения импорта кофейных продуктов. В этом направлении принято ряд мер, обеспечивающих поддержку отечественным производителям.

#### **Список литературы:**

1. Бойко, А. Кофе – товар глобальный / А. Бойко // Экон. газ., – 2008 – 18 марта. – С. 9.
2. Владимирова, О. Кофе на мировом рынке/ О. Владимирова // Коммерсант, – 2005 – № 21, – С. 47-50.
3. Анохина, Т. Растворимый кофе на любой вкус / Т. Анохина // Спрос. – 2000. – № 4. – С. 13-17.
4. Электронный ресурс. -, URL:<http://teamoty.com/mirovyie-tsenyi-na-kofemogut-podskochit-na-40/> (дата обращения 08.07.2016).

**Иванов Р.В.**

## **ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ В РАМКАХ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА**

Трансграничные рынки труда возникли еще в XVI в. в связи с появлением государственных границ. Усиление международной интеграции в XX в. и отмена многих государственных ограничений на перемещения факторов производства, рост товарного оборота в пределах интеграционных группировок обусловили расширение самостоятельного участия регионов в процессах международной миграции рабочей силы. В последнее время всё более широкое распространение получают различные виды трудовой миграции населения. Одним из ее характерных направлений является международная трудовая миграция. С каждым годом всё

большее количество жителей разных стран вовлекается в миграционное движение, что обусловлено растущим значением интеграционных процессов, происходящих в мировой экономике. Перемещение факторов производства, в том числе и рабочей силы, приобрело глобальный характер, и сегодня осуществление трудовой миграции не представляется чем-то особенным. Люди относятся к трудовой миграции как к одному из путей реализации своего трудового потенциала.

Международные трудовые миграции населения стали одной из форм трансграничного сотрудничества между странами [1]. Особой интенсивности это сотрудничество достигает в приграничных регионах, которые находятся в контактной зоне и испытывают наибольшее влияние соседского положения на социально-экономические и др. аспекты жизнедеятельности домохозяйств и отдельных индивидуумов.

Необходимо определить понятие «трансграничная трудовая миграция». Адекватным представляется определение международной миграции населения как «территориальные передвижения людей через государственные границы, связанные с изменением постоянного места жительства и гражданства, обусловленным различными факторами (экономическими, семейными, национальными, политическими и др.) или с пребыванием в стране въезда, имеющим долгосрочный (более 1 года), сезонный (менее 1 года) и маятниковый (ежедневный) характер, а также с циркулярными (или эпизодическими) поездками на работу, отдых, лечение и тому подобное» [2].

Трудовая миграция населения в рамках интеграции регионов способствует формированию и развитию трансграничных рынков труда.

Трансграничные рынки труда возникли еще в XVI в. в связи с появлением государственных границ. Усиление международной интеграции в XX в. и отмена многих государственных ограничений на перемещения факторов производства, рост товарного оборота в пределах интеграционных группировок обусловили расширение самостоятельного участия регионов в процессах международной миграции рабочей силы.

В настоящее время при нарастающей значимости развития трансграничных рынков труда пока не разработаны специальные нормативно-правовые акты, отсутствует система трансграничной информации и совместное регулирования рынка, что зачастую замещается отдельными инструкциями и разъяснениями пограничных органов.

Исследование модели формирования трансграничного рынка труда как целостного и интегрированного не проводилось в отечественной литературе. Больше внимания уделено изучению исторических и экономических аспектов развития территориальных рынков труда. Методологически правомерно рассмотреть процесс формирования трансграничного рынка труда, состоящий из двух этапов. На первом этапе происходит формирование территориальных пограничных регионов и соответственно приграничных рынков труда, что, в свою очередь, осуществляется в четыре стадии: 1) пространственно-материальная структуризация рынка труда; 2) развитие регионального сознания; 3) институциональное развитие рынка труда; 4) стабилизация региона. На втором этапе происходит формирование по этой же схеме уже трансграничного рынка

труда.

## **1. Пространственно-материальная структуризация рынка труда региона.**

**I этап.** Пространственно-материальная структуризация регионального рынка труда осуществляется в результате процессов дифференциации и интеграции разных систем и заключается в увязке подсистем в единое целое. Материальной базой этой целостности является узловый уклад системы расселения, который состоит из городских ячеек с субгосударственными функциями (областной уровень) и низшего уровня, на котором ограничивается экономическая и культурная деятельность.

Основным элементом структуризации регионального рынка труда является определение его границ. Это основное условие его идентификации. Границы имеют физический характер, что обуславливает включение или невключение элементов низшего ранга.

**II этап.** Пространственно-материальная структуризация трансграничного рынка труда включает структуризацию трансграничного пространства путем его интеграции и создания общих объектов экономической структуры.

## **2. Развитие регионального сознания.**

**I этап.** Параллельно с процессом структуризации рынка труда происходит процесс формирования регионального сознания, которое идентифицирует регион. Пространственная структуризация региона и развитие регионального сознания взаимно обусловлены и формируют особенности региона.

Основными составляющими регионального сознания являются следующие детерминанты: 1) характер и тип регионального рынка труда; 2) ценности региона; 3) символика региона [3].

**II этап.** Для признания трансграничного рынка труда необходимо формирование интеррегионального сознания, которое базируется на принципах добрососедства и партнерства и одновременно содержит еще и другие идентификаторы. Например, принадлежность к Полесью или Озерному краю, которые охватывают территории украинско-белорусского и латышско-белорусского трансграничного региона, может стать фактором создания единого рынка труда еврорегиона, что и происходит. Основой системообразующих факторов в большинстве случаев являются общие природные ресурсы: реки, горы, системы коммуникаций. В процессе обмена трудовыми ресурсами важно формировать идею и образ трансграничного рынка через его позицию в европейском пространстве.

## **3. Институциональное развитие рынка труда.**

**I этап.** Институциональное развитие осуществляется в двух аспектах: нормативно-правовое и институциональное обеспечение функционирования рынка труда региона. Оба этих аспекта обеспечиваются государством и общественностью.

**На II этапе** обеспечивается институциональное развитие трансграничного рынка труда, что происходит посредством формирования организационно-правовой среды для трансграничной кооперации труда (может иметь вид еврорегиона).

## **4. Стабилизация региона.**



Стабилизация региона является окончательной фазой формирования приграничного рынка труда. Стабилизация трансграничного региона проявляется в укреплении его позиций в региональном укладе государства (или международном) через устойчивое развитие региона. Еврорегионы уже выступают как субъекты права в четко выраженном региональном аспекте, а через несколько лет они и пограничные регионы будут иметь правоспособность, что может облегчить реализацию трансграничных проектов.

Можно выделить факторы, которые в настоящее время в СНГ усиливают неравновесность и дополняемость и ведут к формированию трансграничных рынков труда.

*Взаимная заинтересованность государств.* Развитые нации предъявляют постоянный спрос на труд мигрантов из стран, обладающих большим эмиграционным потенциалом [4, С. 5]. Происходит систематический обмен: а) рабочей силы различной квалификации - на развитие и стабилизацию экономик и социальных систем; б) приема переселенцев - на оптимизацию демографического состава обществ; в) притока туристов - на репрезентацию территориальных и культурных особенностей стран. Взаимные выгоды могут обеспечиваться и для принимающих государств, и государств исхода, и самих мигрантов. Такая дополняемость впервые была отмечена на Всемирном конгрессе по народонаселению и развитию в Каире в 1994 г.

*Влияние исторических связей.* Трансграничное движение населения быстрее приобретает системный характер при наличии исторически сложившихся связей. В своё время миграция из Европы в США опиралась на историческую устойчивость, интенсивность связей в англосаксонской колониальной системе.

*Программирование миграции.* Системность трансграничной миграции усиливается в связи с разработкой международных программ ЕС, Совета Европы, СНГ, НАФТА, ЮНФПА ООН, 20-летней Программы действий в области народонаселения и развития, принятой в Каире в 1994 г., а также национальных миграционных политик государств.

*Социальный вес миграции.* Миграция во много объясняется демографической ситуацией в странах СНГ и Балтии. В России сокращение населения шло на фоне беспрецедентного миграционного прироста после распада СССР (около 6 млн. человек), восполнившего за период с 1992 г. - 47% естественной убыли населения [5, С. 40].

*Территориальные асимметрии.* В СНГ усиление факторов неравновесности связано с огромными асимметриями развития регионов.

*Экономическое влияние трансграничной миграции.* Самостоятельным экономическим фактором стали переводы мигрантов. Среди стран СНГ, получивших в 2013 г. переводы мигрантов на сумму 1 млрд. дол. США и более, наиболее высокая доля переводов в ВВП характерна для Молдавии (28-34%), Таджикистана (36-45%), Кыргызстана (28%), Армении (20%) [22; 10, С. 31]. Банки разных стран, в том числе России, борются за рынки переводов мигрантов, поскольку те представляют собой безрисковые финансовые операции, дают стабильные прибыли, в отличие от весьма рискованных доходов от кредитов и вкладов физических и юридических лиц. Из всех денежных переводов из России на страны СНГ (Ук-

раину, Таджикистан, Узбекистан, Армению, Азербайджан, Молдавию и Грузию) приходится 80% [5, С. 43].

Данный вид миграции населения имеет большое значение и в экономическом развитии Республики Беларусь. В условиях естественной убыли населения, сокращения прироста молодежи трудоспособного возраста, трудовых ресурсов и, как следствие, занятости населения привлечение трудовых мигрантов в страну имеет огромное значение для Беларуси. А выезд трудовых мигрантов может стать важным источником увеличения инвестиций в экономику страны, сокращения уровня безработицы.

Особое значение въезд в Беларусь и выезд из страны рабочей силы приобретает в рамках созданного Евразийского экономического союза (ЕАЭС), предоставляющего ряд преференций в части пребывания и осуществления трудовой деятельности. В соответствии с Договором о Евразийском экономическом союзе, подписанным Россией, Беларусью и Казахстаном 29 мая 2014 г., трудящимся государств-членов не требуется получения разрешения на осуществление трудовой деятельности в государстве трудоустройства [6].

Анализируя сферу занятости выезжающих из Беларуси, важно отметить следующее: абсолютное большинство белорусов, выезжающих на работу по договорам и контрактам, заняты на работах, связанных с применением преимущественно физического труда. Самыми распространенным видом деятельности трудовых мигрантов является занятость в строительстве, сельском хозяйстве, сфере услуг и досуга. С каждым годом увеличивается число мигрантов, выезжающих на работу в торговле, общественном питании, жилищно-коммунальном и бытовом обслуживании. Мигранты также работают в различных отраслях промышленности — деревообрабатывающей, машиностроительной, металлообрабатывающей, на автомобильном и городском электротранспорте и т. д. При этом, если ранее трудовые мигранты выезжали преимущественно на неквалифицированные работы, то в последние годы ситуация коренным образом изменилась. Как показывают расчеты, количество неквалифицированной рабочей силы сократилось наполовину. Теперь около 30 % составляют квалифицированные работники (рабочие строительных профессий, рабочие-отделочники, маляры, сварщики и т. д.) [7, с. 18].

Основными странами выезда белорусской рабочей силы, как и ранее, остаются Россия, США и страны Западной Европы. Однако основной обмен рабочей силой, как и прежде, происходит с Россией, оставаясь стабильным на протяжении ряда лет. Причем в последние годы наблюдается всплеск интереса к российскому направлению трудоустройства (до 60 % от общего объема выезда) [7, с. 21]. Это можно объяснить определенными сложностями выхода белорусской рабочей силы на западные рынки труда из-за ограничительных мер ряда западных государств и большой конкуренции со стороны мигрантов других стран, а также постоянным спросом на рабочую силу в российских регионах, географической близостью стран, свободным режимом пересечения границ и, что немаловажно, отсутствием языкового барьера.

Важно отметить, что объемы выезжающих трудовых мигрантов в Беларусь долгое время были незначительными, что можно объяснить достаточно жестким на-

циональным трудовым законодательством. Только начиная с 2010 г. потоки иммигрантов стали быстро расти. Это связано с либерализацией принятого нового Закона Республики Беларусь «О внешней трудовой миграции» (вступил в силу 12 июля 2011 г.). Законом впервые определен порядок трудоустройства иностранцев, постоянно проживающих в Республике Беларусь. Определены обязанности лицензиатов, требования к договорам о трудоустройстве, содействии в трудоустройстве, трудовому договору, определены особенности трудоустройства по студенческим программам. Законом упразднено лицензирование деятельности, связанной с привлечением в республику иностранной рабочей силы. Введен институт выдачи нанимателям разрешений, которые необходимо получать только в случае привлечения более 10 иностранных работников. Четко определены основания отказа в выдаче и аннулирования разрешений. В свою очередь, трудящемуся-иммигранту для занятия трудовой деятельностью необходимо получить специальное разрешение на работу, о котором должен ходатайствовать наниматель. В целом сложившиеся масштабы привлечения иностранной рабочей силы в Беларусь показал, что в настоящее время объемы импорта трудовых ресурсов невелики и не оказывают заметного давления на национальный рынок труда, а трудовые мигранты не составляют значительной конкуренции в борьбе за имеющиеся рабочие места.

Таким образом стоит отметить, что в XXI в. роль трансграничной миграции трудовых ресурсов будет всё больше и больше возрастать, а участие Беларуси в процессах глобализации, ее активное вовлечение в международный рынок труда требуют новых подходов к регулированию миграции, разработка которых должна быть основана на принципах содействия устойчивому социально-экономическому развитию, решению проблем занятости и рынка труда, защиты прав и интересов граждан, участвующих в миграционных процессах. Очевидна необходимость более тщательного анализа миграционной ситуации в целях оценки позитивных и негативных последствий процессов внешней трудовой миграции, экономического обоснования оптимальных объемов экспорта и импорта рабочей силы и разработки предложений по совершенствованию механизма государственного регулирования.

Также актуальной становится разработка процедур, которые поощряют въезд в Республику Беларусь нужных для страны мигрантов и ограничивают доступ на отечественный рынок труда тех, в ком нет нужды. При решении задач привлечения в страну мигрантов для восполнения населения, рабочей силы и развития инновационного потенциала в первую очередь важны мероприятия, способствующие диверсификации миграционных потоков и приданию им различного статуса.

При этом всем не стоит забывать, что в решении задачи совершенствования информационно-аналитического обеспечения миграционной политики большое практическое значение имело бы развитие системы статистического наблюдения за трудовыми мигрантами, введение достоверной статистики этой категории иностранных граждан, внедрение в статистическую практику системы обследований в сфере внутренней и международной миграции населения, а также расширение круга разрабатываемых показателей в области привлечения и использования ино-

странной рабочей силы.

### **Список литературы:**

1. Красинец Е.С., Тюрюканова Е.В. Миграция и глобализация // Россия в глобализирующемся мире. Политико-экономические очерки. Под ред. академика Д.С. Львова. М.: Наука. 2004.

2. Ивахнюк И.В. Две миграционные системы в Европе: Тенденции развития и перспективы взаимодействия: Доклад на 4-ой региональной конференции Совета Европы «Миграционная политика накануне расширения ЕС: Вызовы будущему сотрудничеству в Восточной Европе». Киев, 9-10 октября 2003 г. // Русский архипелаг. Сетевой проект «Русского мира». - Режим доступа: [http://www.archipelag.ru/agenda/povestka/povestka-immigration/strategii/dve\\_sistemi/](http://www.archipelag.ru/agenda/povestka/povestka-immigration/strategii/dve_sistemi/) (Дата посещения 02.02.2015).

3. Региональные кризисные ситуации и экономическая безопасность России / А. Г. Гранберг [и др.]. М.: СОПСИЭС, 1998.

4. Тюрюканова Е. Принудительный труд в современной России: нерегулируемая миграция и торговля людьми. - Женева: Международное бюро труда, 2006. - 216 с.

5. Глущенко Г.И. Влияние международной трудовой миграции на развитие мирового и национального хозяйств: Автореф. дисс... д-ра экон. наук. - М., 2008 - 54 с.

6. Договор о Евразийском экономическом союзе: (подписан в г. Астане 29 мая 2014 г.) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. — Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_170264/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_170264/). — Дата доступа: 13.09.2015.

7. Миграция и миграционная политика Беларуси и России в контексте решения задач евразийской интеграции: отчет о НИР / Белорус. гос. ун-т; рук. Л. Е. Тихонова. — Минск, 2015. — 107 с. — № ГР 20131640.

**Федорович А.В.**

## **МЕЖДУНАРОДНОЕ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО КАК ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА**

В условиях все возрастающей глобализации современное инновационное общество в лице представителей экономической науки постепенно приходит к необходимости всестороннего изучения внешнеэкономической составляющей инновационного пространства, а именно – воздействующих на него внешнеэкономических факторов. Данная тема, однако, характеризуется хроническим недостатком теоретического фундамента, позволяющего в дальнейшем сформировать критерии оценки влияния внешнеэкономических факторов на категорию инновационного пространства.

Прежде чем приступить к рассмотрению непосредственно внешнеэкономических факторов инновационного пространства, необходимо определить суц-

ность последнего. Изучив ряд аутентичных авторских концепций, можно сделать вывод, что инновационное пространство – это определенная территория со своими строго детерминированными границами, в рамках которых осуществляется регулируемое нормативно-правовой базой функционирование инновационных субъектов, связанных между собой экономически обусловленными отношениями по поводу создания, распространения и использования инноваций.

Исходя из наиболее общего определения внешнеэкономических факторов, можно сделать вывод, что к внешнеэкономическим факторам инновационного пространства относятся разнообразные виды и формы мирохозяйственных связей и международных экономических отношений, влияющие на формирование и функционирование инновационного пространства. Таким образом, основополагающим внешнеэкономическим фактором в данном контексте можно считать международное научно-техническое сотрудничество.

Международное научно-техническое сотрудничество (МНТС) – это совместная разработка научно-технических проблем, взаимный обмен научными достижениями, производственным опытом и подготовка квалифицированных кадров.

Система МНТС охватывает:

- международные научные связи, направленные на решение теоретических и экспериментальных задач фундаментальной и прикладной науки;
- международные технические и технологические связи;
- подготовку кадров;
- международное содействие выполнению отдельных работ и созданию технологических процессов;
- обеспечение безопасного использования достижений научно-технического прогресса;
- предотвращение ущерба окружающей среде.

Для рассмотрения международного научно-технического сотрудничества как фактора, оказывающего влияние на инновационное пространство на примере конкретных стран мира, необходимо иметь представление о его формах и видах. Среди форм МНТС выделяют:

- координацию (международные программы в сфере совместной научно-технической деятельности)
- кооперацию (международный договор или совместная программа)
- ассоциацию (научные объединения, группы, движения)
- гармонизацию (международно-правовой акт, договор)
- региональную интеграцию (объединения стран, установление в области науки и высшего образования в данных странах единообразных требований к учебным программам)

Многообразие форм научно-технического сотрудничества предопределяет и многообразие самых различных его видов. Виды международного научно-технического сотрудничества можно разделить на две группы: коммерческие и некоммерческие. К коммерческим видам МНТС относятся:

- продажа патентов, лицензий; лицензионные соглашения;
- техническая кооперация (совместная дальнейшая разработка, испытание новых применений, адаптация к потребностям заказчика);

- соглашение о совместном предприятии;
- производственное соглашение: субподряд и совместный подряд (адаптация технологии под новые материалы, новый способ использования существующей производственной линии, изменение существующих технологий потенциального партнера, принципиально новый процесс);
- коммерческое соглашение с техническим содействием (монтаж, разработка и изготовление на заказ, техническое консультирование, контроль качества, техобслуживание);
- внесение прямых технических инвестиций за границей;
- совместное выполнение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ;
- обмен научно-техническими исследованиями и достижениями (позволяет партнеру сократить расходы на соответствующие исследования); обмен патентами на изобретения, ноу-хау (целью является использование научных достижений контрагента и сокращение собственных средств на собственные разработки);
- подготовка кадров, специалистов на предприятиях партнеров в области науки и производства на коммерческой основе.

Говоря о коммерческих видах международного научно-технического сотрудничества, стоит уделить особое внимание международной торговле наукоемкими объектами промышленной интеллектуальной собственности как одному из показателей, способных пролить свет на характер, уровень развития и научно-технологическую направленность инновационного пространства.

Согласно классификации Всемирной организации интеллектуальной собственности, промышленная интеллектуальная собственность включает изобретения (патенты), товарные знаки, промышленные образцы и географические указания источника происхождения. Исходя из этого становится очевидно, что международная торговля наукоемкими объектами промышленной интеллектуальной собственности отличается от торговли товаром как материальным объектом. В качестве товара здесь выступают продукты интеллектуального труда, облеченные в форму патентов на изобретения, промышленных образцов, полезных моделей, ноу-хау. Права использования этих продуктов в производственных и коммерческих целях и являются предметом международных сделок.

Для оценки международной торговли объектами промышленной интеллектуальной собственности можно взять на вооружение мировую практику и использовать следующие показатели:

- Масштабы патентования, выражаемые в количестве международных патентных заявок на изобретения, поданных в соответствии с Договором о патентной кооперации (РСТ).
- Число международных заявок на промышленные образцы, поданных в рамках Гаагской системы.
- Размеры роялти, полученных от купли-продажи лицензий, позволяющие оценить международный оборот торговли патентами и лицензиями.

Очевидно, что международная торговля объектами промышленной интеллектуальной собственности оказывает значительное влияние на инновационное развитие страны, стимулируя создание и способствуя дальнейшей диффузии но-

вых технологий. Тем самым она содействует развитию инновационного пространства, субъекты которого оказались вовлечены в данный вид МНТС.

К некоммерческим видам международного научно-технического сотрудничества относятся:

- совместная подготовка учеными и специалистами и издание публикаций (энциклопедий, монографий, учебных пособий, статей и т. д.);
- обмен учеными и специалистами научных и образовательных учреждений для чтения лекций и консультаций;
- обмен учеными и специалистами для прохождения стажировки на предприятиях партнеров по соответствующему профилю науки и производства;
- международные научные конференции, семинары, симпозиумы и т.д.;
- подготовка высококвалифицированных специалистов за границей;
- бесплатная передача фирмами, государствами разработок, ноу-хау.

На степень вовлеченности субъектов инновационного пространства в различные виды МНТС и, как следствие, на уровень воздействия международного научно-технического сотрудничества на инновационное пространство, оказывает влияние состояние и реализация правового обеспечения МНТС. К источникам норм и принципов международного научно-технического сотрудничества относятся следующие:

- международный договор в области научно-технического сотрудничества, который, помимо прав и обязанностей сторон включает обычно перечень форм и видов этого сотрудничества;
- программы научно-технического сотрудничества, представляющие собой международные договоры особого рода и являющиеся относительно новой формой взаимодействия и партнерства в области науки и техники;
- нормы, сформулированные в этих программах, которые устанавливают параметры поведения в области использования достижений науки и техники, выполняя тем самым роль международно-согласованного планирования отношений в области науки и техники.

Правовые нормы научно-технического сотрудничества формируются в соответствии с общими принципами международного права на базе специальных принципов, складывающихся применительно к области науки и техники. К таким принципам относятся: принцип свободы научных исследований; принцип сотрудничества в применении достижений научно-технического прогресса; принцип научно-технического содействия; принцип разделения сфер научных исследований между отдельными государствами с учетом географических, социальных, экономических и исторических факторов; принцип равноправия в области научно-технических достижений, включая международный книгообмен; принцип взаимности и др.

Данные принципы нашли отражение в международных договорах и резолюциях международных организаций. Они отражают тесное взаимодействие международного права и научно-технического развития.

### **Список литературы:**

1. Задумкин, К.А. Международное научно-техническое сотрудничество:

сущность, содержание и формы // Проблемы развития территории. – №1. – 2009. – С. 22 – 30.

2. Астерина, М.К. Научно-техническое сотрудничество России со странами Запада / М.К. Астерина, Е.Б. Ленчук // Вестник РАН. – №10. – 1995. – С. 886 – 890.

3. Кузнецова, Г.В. Международная торговля объектами интеллектуальной собственности // Российский внешнеэкономический вестник. – №8. – 2013. – С. 35 – 47.

4. Международное право : учеб. пособие / Отв. ред. Ю.М. Колосов, В.И. Кузнецов. – М.: Междунар. отношения, 1999. – 444 с.

## **К.Г.Ходосок**

### **Мировой рынок драгоценных камней**

**Драгоценные камни** - минералы, отличающиеся особой красотой и прочностью, хорошим блеском и цветовой игрой при достаточной редкости их нахождения на Земле. Непременным качеством драгоценных камней является прочность и достаточно высокая твердость, обеспечивающие их продолжительную сохранность во времени. Употребляются в ювелирном деле для создания украшений, а также как материал для создания произведений искусства (см. "глиптика", "камея"). Изучением их свойств, методов обработки и диагностики занимается геммология. Для взвешивания драгоценных камней применяется особая единица веса - карат.

Термин «драгоценный» имеет два значения – нормативно-юридическое и повседневно-бытовое. В повседневной жизни драгоценными камнями называют все красивые дорогостоящие камни.

Перечень драгоценных камней включает 7 наименований (алмаз, изумруд, рубин, сапфир, александрит, жемчуг, янтарь), однако рынок драгоценных и ювелирно-подделочных камней насчитывает более 1000 наименований.

В последние годы все чаще сообщается, что геологи ищут на территории Беларуси месторождения алмазов и благородных металлов. Насколько эти поиски успешны, рассказали в Белорусском научно-исследовательском геологоразведочном институте (БелНИГРИ).

Что касается драгоценных камней, то их поиски тоже пока не увенчались успехом. Тем не менее ученые не теряют оптимизма. По их словам, по геологической структуре территория Беларуси схожа с Кольским полуостровом и Австралией, у которых месторождения алмазов имеются. Поиск их ведется в так называемых трубках взрыва, в которых как раз и формируются алмазы. "Трубка взрыва" образуется в местах резкого подъема мантии ближе к поверхности, где в результате резкой смены температуры под высоким давлением из углерода формируется алмазоносная порода", - поясняет Андрей Ковхуто.[3] Такие образования в Беларуси были обнаружены, в пробах некоторых из них обнаружены мелкие алмазные крупинки. Но не более того.

В России 100 наименований имеют собственные месторождения с разве-



данными запасами, а по 22 видам камней в 90-е гг. XX в. осуществлялась добыча, в том числе аквамарина, жадеита, изумруда, лазурита, нефрита, турмалина, аметиста, хризолита, хромдиопсида, чароита, амазонита, яшмы, граната, агата, оникса. В России полностью отсутствуют разведанные месторождения таких драгоценных камней, как александрит, рубин и сапфир, а также бирюзы, благородных опала и шпинели, топаза, хризопраза, гиацинта, а месторождения турмалина, хризолита, чароита размещены в удаленных и труднодоступных районах. Российский рынок драгоценных (кроме алмазов) и поделочных камней находится в весьма неустойчивом состоянии из-за агрессивной экспансии обработанных камней из стран Юго-Восточной Азии и Бразилии, низкого покупательского спроса населения и несовершенства нормативно-правовой базы.

Трудно отличимые на вид имитации большинства драгоценных камней изготавливаются искусственно, имитации или подделки многих драгоценных камней делались ещё во времена Древнего Рима (в наши дни такие синтетические камни и имитации самоцветов весьма популярны, так как по своей стоимости намного дешевле и доступны людям любого достатка). Часто используются т.наз. "*стразы*" - имитация или подделка драгоценных камней, изготовленная из стекла с высоким показателем преломления и дисперсией; для того, чтобы затруднить проверку по твёрдости стразов от настоящих самоцветов, изготавливают сложные типы стразов, такие как дублет и триплет (коронка и павильон - из кварца, а между ними - плоская вставка из цветного стекла). В некоторых случаях верхняя и нижняя части в дублетах и триплетах делаются из настоящих драгоценных камней. Драгоценные камни широко используют для производства ювелирных изделий, собирают в [коллекциях](#), используют как банковские активы.

В древности по отношению к большинству драгоценных камней считалось, что тот или иной камень спасает своего обладателя от несчастий, лечит от болезней или способен приносить удачу и успех. Но "лечебные свойства" драгоценных камней на сегодняшний день не имеют научных подтверждений, являясь плодом ничем не подтверждённой фантазии дилетантов или одной из сторон коммерческой рекламы. Всевозможными шарлатанами описываются фантастические магические и целебные свойства камней, принимаемые доверчивыми людьми на веру невзирая на отсутствие каких бы то ни было объективных научно проверяемых доказательств. Вместе с тем нельзя не отметить благотворное и успокаивающее действие, происходящее от наблюдения прекрасных кристаллов или произведений ювелирного искусства. Да и само обладание ими создаёт положительные эмоции, а в иных случаях придаёт обладателю уверенность в себе в силу психологического удовлетворения личным благосостоянием (хотя и это относительно, ибо такого рода утешение может омрачаться страхом, что сокровище может быть похищено).

Выводы:

1. Понятие «драгоценные камни» означает соответствие определенным требованиям красоты и обладание определенными качествами для минералов, различных по происхождению, свойствам, классам.

2. Качество и ценность большинства драгоценных камней зависит от их свойств, внешнего вида, распространенности, происхождения и качества обработ-

ки.

3.Самое большое распространение получили классификации драгоценных камней, предложенные М. Бауэром, А.Е. Ферсманом и Е.Я. Киевленко.

4.Наиболее известными камнями I порядка являются алмаз, рубин, сапфир, изумруд и александрит. Они нашли применение в ювелирной промышленности, реже - в дорогих технических установках.

5.Наиболее известными камнями II порядка являются топаз, аквамарин, турмалин, альмандин. Как правило, они обладают широкой цветовой гаммой. Характерны различные включения. Основное применение - ювелирная промышленность.

6.Наиболее известными камнями III порядка являются бирюза, халцедон и аметист. Чаще всего они используются как поделочный материал.

На основе выполненной работы подтверждена актуальность избранной темы, ее роль и значение, так как драгоценные камни в основном мы покупаем в качестве подарка или удовлетворяем свои эстетические желания. Многие состоятельные люди делают это в качестве капиталовложения.

Это долгосрочное инвестирование, так как ждать изменения стоимости изделий придется несколько лет. Преимущество данного вложения перед валютным в том, что со временем качественные ювелирные изделия не обесцениваются, а только приобретают ценность, их передают по наследству и используют.

Национальное богатство всех государств измеряется количеством таких исключительно ценных ресурсов как благородные металлы и алмазы, и, соответственно, вопрос об обладании этим сырьём приобретает особую остроту.

#### **Список литературы:**

1) Журнал «Драгоценные металлы. Драгоценные камни» («ДМ/ДК»)– 2012–18 марта. – С.9.

2) Кокунин М.В. Геология драгоценных и цветных камней: учебное пособие. –Иркутск: Изд-во Иркутского гос. ун-та, Иркутск, 2009. – 331 с. -- <http://lavrovit.narod.ru/kamni/kamni.htm>

3) Веб-публикация - <http://news.tut.by/society/288358.html>

**М. А. Царикевич**

### **ПРОБЛЕМА КОМПЬЮТЕРНОЙ ЗАВИСИМОСТИ И ПУТИ ЕЕ РЕШЕНИЯ**

В настоящее время в связи с широким распространением компьютерных технологий появилась и очень быстро распространилась компьютерная зависимость людей всего мира, где большую часть составляет именно молодежь. Эта пагубная привычка забрала почти все время человека и оторвала его от живого социального общества.

Актуальность исследования проблемы компьютерной зависимости становится все более важной в связи с ростом количества пользователей компьютера и интернета во все мире. Это обусловлено несоответствием стремительных темпов

развития интернета и научного анализа негативных последствий этого развития и активного интернет-усвоения.

Компьютерная зависимость имеет два направления: компьютерные игры и интернет. В свою очередь, зависимость от интернета включает в себя зависимость от социальных сетей, интернет-казино, просмотров кинофильмов, интернет - магазинов, онлайн игр. Всё это очень опасно для нашей психики. Такого рода зависимость, становится особой преградой между живым общением и виртуальным миром. Получая ее, человек словно попадает в ловушку, из которой выбраться без помощи других людей довольно тяжело. К сожалению, вклад общества в решение этой проблемы может быть бесполезным, если человек сам ее не осознает [2, с. 38, 104].

У молодых людей психика еще до конца не сформирована, поэтому сложные жизненные ситуации могут выбить их из колеи, вызвать чувства тревоги, обиды, неудовлетворенности живым миром, что заставит их обратиться к другому — виртуальному миру. А причины этому могут быть самые разные: проблем в семье или со здоровьем, не понимание между родителями и детьми, сверстниками, завышенные требования общества, низкая самооценка, одиночество и многие другие. В связи с этим у людей могут появиться такие зависимости как алкоголизм, наркомания, секты или компьютер.

Компьютерные игры являются полезными только в качестве смены какого-либо вида деятельности, что бы немного отвлечься от напряженной работы, физического труда, чтения. Очень хорошо, если они благоприятно влияют на развитие мышления, интеллекта, логики. При достаточно серьезных увлечениях играми стоит задумываться о возможных дальнейших последствиях и ограничить или совсем отказаться от них [3, с. 26].

Сначала компьютерные игры могут привлекать своей яркостью, интересной музыкой, сюжетом, зрелищностью, необычными героями, рекламой. Человеку начинает нравиться такая атмосфера. Его увлекает этот новый мир, где можно почувствовать себя победителем, реализовать свои планы, идеи, за которые тебя никто не осудит, почувствовать себя увереннее, самоутвердиться. Играя в компьютер, человек испытывает чувство удовлетворенности. В этот момент происходит выброс адреналина, поэтому такие ощущения хочется испытать вновь. За игрой человек может сидеть часами, а ее отсутствие может вызывать сильный стресс, истерику. Это уже говорит о наличии зависимости от игр. В этом случае непременно нужно спасать человека.

Существуют различные симптомы, характерные для компьютерной зависимости человека:

- длительное времяпровождение за компьютером;
- часто изменяющаяся смена настроения;
- хорошее самочувствие, эйфория во время проведения за компьютером;
- нервозность, депрессии, стресс без интернета или компьютера;
- неадекватная реакция на замечания, советы со стороны других людей;
- невозможность остановиться;
- ухудшение памяти, внимания;
- проблемы в работе или учебе (снижение успеваемости, периодические

прогулы и другие);

- ложь и настороженность к членам семьи, друзьям;
- нерегулярное питание, пропуск приема пищи;
- периодические головные боли;
- расстройство сна;
- сухость, покраснение, раздражение глаз, снижение качества зрения;
- боли в спине;
- синдром карпального канала (туннельное поражение нервных стволов руки, вызванное длительным перенапряжением мышц) [1, с. 58].

Существуют следующие стадии формирования компьютерной зависимости.

На стадии легкой увлеченности происходит следующее. В начале люди начинают играть ради интереса, отдыха. Постепенно они все больше заинтересовываются, поскольку им нравится компьютерная графика, звуки, вымышленные оригинальные персонажи, фантастические сюжеты, да и сама суть имитации реальной жизни завораживает сознание. Люди получают огромное удовольствие, положительные эмоции. Со временем, им хочется все больше, и тогда они уже играют целенаправленно. То же самое происходит, когда человек начинает общаться в социальных сетях. Так он может, не боясь высказать свое мнение, имея большую свободу и раскованность [1, с. 45].

На стадии увлеченности возникает острая потребность играть и постоянно сидеть в интернете. Она появляется, когда человек намеренно стремится уйти от реальности, так как она его угнетает. Игра или общение в интернете приобретают систематический характер. Для того чтобы удовлетворить свою потребность, человек может предпринять достаточно активные действия ради достижения своей цели, через обман, тайные походы в интернет-клубы и т. п. [1, с. 46].

На стадию зависимости переходит лишь 10—14 % всех людей, играющих в компьютерные игры или проводящих свою жизнь в интернете.

В это время, уже претерпевают серьезные изменения в ценностно-смысловой сфере личности, осуществляется переоценка внутренних установок человеческой жизни [1, с. 48].

Стадия зависимости может быть: социализированная и индивидуализированная.

Социализированная стадия зависимости представляет общение человека с такими же любителями игр, как и он сам. На этой стадии сильное воздействие на человека оказывает соревновательный характер игр.

На индивидуализированной, последней стадии зависимости происходит нарушение соответствующих норме особенностей мировоззрения человека, разрушаются взаимодействия человека с окружающим миром. Психика человека постепенно изменяется и уже отражает не воздействие объективного мира, а виртуальную реальность. Такие люди долгие часы, а иногда и дни просиживают в интернете, играют в различные игры.

О наступлении стадии привязанности свидетельствует угасание игровой активности, сдвиг психологического содержания личности в сторону нормы. Человек не может полностью отказаться от привязанности к виртуальной жизни. Это постоянное влечение может продолжаться в течение всей жизни, и во многом за-

висит от скорости его угасания [1, с. 50].

В настоящее время интернет-зависимость делится на следующие типы:

- Навязчивый веб-серфинг (информационная перегрузка) — бесконечные блуждания в интернете, ради поиска информации.
- Постоянное влечение к виртуальному общению и интернет-знакомствам.
- Постоянная финансовая потребность — азартные игры в сети (интернет-казино), ненужные покупки в интернет-магазинах, частые участия в интернет-аукционах.
- Зависимость от игр.
- Постоянное влечение к просмотру фильмов в интернете.
- Киберсексуальная зависимость [1, с. 169].

В университете Charite немецкие исследователи провели эксперимент. В ходе исследования группе состоящей из 20 человек были показаны скриншоты из любимых игр. В ходе эксперимента выяснилось, что реакция этих людей похожа на реакцию, которую проявляют больные алкоголизмом и наркоманией, когда видят предмет своей патологической страсти [2, с. 251].

Исследования университета “NottinghamTrentUniversity” под названием InternationalGamingResearchUnit показали, что 12 % от контрольной группы в 7000 человек имеют признаки зависимости от игр онлайн.

В США главным специалистом в изучении и лечении интернет-зависимости сейчас считается профессор психологии Питсбургского университета Кимберли Янг. Она является автором известной книги «Пойманные в Сеть». Кимберли Янг в 1995 году основала Центр помощи людям, страдающим интернет-зависимостью. Сейчас Центр занимается консультацией психиатрических клиник, образовательных заведений, которые имеют такие проблемы [1, с. 189].

30 сентября 2013 г. Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) были представлены данные о том, что 22 % россиян большую часть своего времени проводят в интернете, 16 % не могут долго обходиться без общения в социальных сетях. Наибольший удельный вес интернет-зависимых среди россиян возраста 18—24 лет — 53 % и 44 % опрошенных.

Интернет — это огромный кладёзь информации, услуг, общения, приятного время препровождения. Можно у себя дома, сидя за компьютером, работать, общаться через почту, социальные сети, скайп, оплачивать коммунальные услуги, заказывать вещи, технику, продукты через интернет-магазин, находить готовую информацию, смотреть часами фильмы, передачи и многое другое. Очень страшно, что живое общение, спорт, поход в гости, чтение книг, прогулка и игры на свежем воздухе, физический труд утратили свою актуальность в современном мире. Молодые люди не только часами, но и днями и даже годами просиживают в интернете, не испытывая радости живого социального мира.

Сейчас новое поколение не представляет жизнь без интернета. Даже дети с самого малого возраста уже пристращаются к нему. Проводя жизнь онлайн, люди не двигаются, не развиваются не умственно, не физически. Мышцы атрофируются, организм истощается из-за стрессов, нарушения сна, питания. Люди слабеют, не развиваются. Каким будет наше общество через несколько лет, страшно представить. Очень важно бороться с компьютерной зависимостью.

Меры необходимые для избавления от компьютерной зависимости:

- анализ причины вызвавшей зависимости: игры, интернет и т. д.;
- признание и осознание проблемы;
- обращение к психологу, если ситуация очень серьезная и нельзя справиться самому;
- смена вида деятельности: занятие спортом, общение с семьей, друзьями, новые знакомства, больше проводить время на свежем воздухе, заниматься рукоделием, записаться на кружки, изучать новое, расширять свой кругозор;
- научиться способам снятия эмоционального напряжения, выхода из стрессовых состояний [2, с. 164].

Современный мир стал очень технологичным и информатизированным. Не возможно, представить нашу жизнь без электронного кошелька, социальных сетей, электронной почты, интернет-магазинов. Интернет, компьютер занимают большую часть в жизни человека, несут пользу людям, упрощают существование, но и не только, они также наносят огромный вред, изменяя психологическую и социальную составляющую современного общества. Очень важно относиться к этому с осторожностью, контролировать себя, своих близких, друзей. Главное никогда не забывать жить в реальном мире.

### **Список литературы:**

1. Выгонский, С.И. Обратная сторона Интернета. Психология работы с компьютером и сетью / С. И. Выгонский. - М.: Феникс, 2010. - 320 с.
2. Войскунский, А.Е. Интернет-зависимость: психологическая природа и динамика развития / А.Е. Войскунский. М.: Акрополь, 2009. — 190 с.
3. Ларионова С.Ю., Дегтерев А.С. Интернет-зависимость у студентов: вопросы профилактики / С. Ю.Ларионова , А.С. Дегтерев// Психологическое образование в России. - С.: Питер, 2013. – С. 201-217.
4. Цой, Н.А. Низкий самоконтроль как один из детерминирующих социальных факторов феномена интернет-зависимости / Н.А. Цой // Социология и социальная антропология. –М.:Дрофа.-2011. -№4 (57). - Т.XIV. - С. 72-85.

### **Н.В. Чапковский**

### **МИРОВОЙ РЫНОК ТАБАЧНОЙ ПРОДУКЦИИ**

Производство в мире в 2004 г. Мировое производство сигарет в 2004 г. увеличилось на 93 млрд. шт., или на 1,6%, и составило примерно 5825 млрд. шт. Увеличение произошло в основном за счет КНР, где производство сигарет возросло на 84 млрд. шт. Сигаретное производство в мире в 2003 и 2004 гг. выросло на 1,3 и 1,6% соответственно, и в среднем за период 1999–2004 гг. растет на 1,2% в год. Однако в долгосрочной перспективе рост незначительный. За период с 1994 по 2004 гг. мировое производство сигарет растет в среднем на 0,5% в год. Мировое производство в 2004 г. (не включая КНР) увеличилось на 9 млрд. шт., или на 0,2%. Несмотря на то, что общее производство сигарет в мире в 2004 г. стало рекордным, производство сигарет, исключая КНР, остается ниже уровня 1996-1997

гг.[1]

Рост и спад производства. Основной причиной общемирового роста производства сигарет в 2004 г. является значительный рост производства в КНР. Объем производства в странах ЕС продолжает падать, особенно это касается Италии, Франции и Великобритании. Хотя производство сигарет в США сокращается уже восемь лет подряд, в 2004 г. был зафиксирован спад на 1,4%, что гораздо ниже темпов падения производства в последние годы (5-6% в год). Второй год подряд медленно снижается производство сигарет в России. Если рассматривать отдельные регионы, то, во многом благодаря КНР, наблюдается существенный рост производства в Азии, однако этот рост был обеспечен в том числе и за счет некоторых других азиатских стран. Производство в Европе значительно сократилось, что частично компенсируется ростом в странах СНГ.

КНР. Рост производства сигарет в КНР, наблюдаемый с 1999 г., значительно превзошел общемировой рост - средний годовой темп роста в КНР составил 2,7%, в то время как в остальном мире этот показатель составил 0,5%. Такой рост производства в КНР, а также размер рынка, явились причиной того, что транснациональные производители сигарет подписали соглашения с Китайской национальной табачной корпорацией (КНТК), стремятся создать совместные предприятия или получить лицензию на производство. Компании Imperial Group и Gallaher Group в 2003 г. подписали соглашения о лицензированном производстве некоторых своих брендов с принадлежащими КНТК компаниями Hongta Group и Shanghai Tobacco Corp. Компания Philip Morris собирается заключить соглашение с фабрикой Longyan Cigarette и Vaisha Group (также принадлежащими КНТК) о лицензированном производстве сигарет Marlboro в размере более двух млрд. в год (договор о производстве подписан во второй половине декабря 2005 г.). ВАТ все еще находится на стадии переговоров с КНТК о местном производстве некоторых своих брендов.

Большой объем производства в последние годы привел к высокому спросу КНТК на ТВС, КНТК значительно увеличила закупки ТВС за рубежом. Большинство сигарет, производимых в Китае, – английской мешки.

США. Производство сигарет США сократилось на 7 млрд. шт., или на 1,4%, в 2004 г., это самый низкий темп падения производства с 1996 г. Экспорт уменьшился менее чем на 3 млрд. штук.

Производство сигарет небольшими компаниями в США уменьшилось в 2004 г. на 2,5 млрд. шт., или на 15%, в 2003 г. производство оставалось на уровне предыдущего года. (В группу небольших компаний США входят все производители, кроме Philip Morris, Reynolds American, JTI, Lorillard, Liggett/Vector.) Производство остальных компаний в 2004 г. сократилось на 4,4 млрд. шт., или на 0,9%. На производство небольших компаний негативно влияют усилия некоторых штатов по устранению последствий Master Settlement Agreement (1998 г.), согласно которому некоторым небольшим компаниям была разрешена частичная неуплата обязательных для всех участников договора платежей. Все 46 штатов - участников соглашения, за исключением Миссури и Нью-Джерси, одобрили законодательный акт, согласно которому табачным компаниям, не подписавшим MSA, больше не предоставляется такая «льгота», до истечения 25-летнего периода дей-

ствия соглашения. Таким образом, все эти компании были вынуждены поднять цену на свою продукцию.

Консолидация и приватизация производителей сигарет. В 2004 г. производство сигарет пятеркой крупнейших транснациональных компаний (PM, BAT, JT, Imperial Group и Gallaher Group) возросло на 3,7%, из них 2,4% обеспечено за счет слияний и поглощений, произошедших в 2003-2004 гг. Сигаретное производство в 2004 г. этих компаний составляло 43,7% общемирового производства, в то время как в 2003 г. этот показатель был равен 42,8%. В 2003, 2004 гг. сильно возросло производство компании КНТК в Китае, как по объему, так и в процентах по отношению к общемировому производству: увеличение составило с 30,4% в 2002 г. до 31,2% в 2004 г.

Доля рынка более мелких производителей сократилась с 26,5% в 2002 г. до 24,2% в 2004 г. По прогнозам падение продолжится и в будущем.

В число поглощений вошла произошедшая в июле 2004 г. сделка по покупке компанией BAT 42% акций Reynolds American Inc., состоящей из R.J. Reynolds (RJR) и бывших подконтрольных BAT компаний (Brown & Williamson и Lane Ltd). BAT включила в свои отчеты все объемы производства и продаж компании Reynolds American Inc. с момента ее создания в июле 2004 г. Кроме того, в конце 2003 г. BAT завершила приобретение компании ETI (Италия), и с 2004 г. включает данные ETI в свои отчеты. В 2005 г. PM завершила приобретение колумбийской компании Coltabaco S.A. и индонезийской Sampoerna. Gallaher Group заявила, что предположительно к концу 2005 г. будет завершена сделка по приобретению ей компании CITA (Канарские о-ва). После завершения покупки ETI компанией BAT в конце 2003 г. и продаже контрольного пакета акций SNTR в Румынии (сейчас - Galaxu Тобаско) международному консорциуму в начале 2004 г. производство сигарет монополиями уменьшилось. В 2004 г. сократилось производство Tekel (Турция). Сейчас сигаретное производство монопольных компаний составляет около 317 млрд. шт., т.е. только 8% от мирового производства сигарет в 2004 г. (не считая КНТК). Попытки приватизировать Tekel и Bulgartabac (Болгария) пока остаются безуспешными.

Рамочная Конвенция ВОЗ по контролю над табаком (РККТ). 21 мая 2003 г. ВОЗ приняла Рамочную Конвенцию по контролю над табаком - первый международный договор по общественному здравоохранению. РККТ вступила в силу 27 февраля 2005 г. в тех 40 странах, которые до 30 ноября 2004 г. подписали и ратифицировали договор. С 30 ноября 2004 г. еще 48 государств ратифицировали РККТ, и таким образом общее число государств, присоединившихся к РККТ, возросло до 88. Для стран, ратифицировавших конвенцию после 30 ноября 2004 г., договор вступает в силу спустя 90 дней с момента регистрации текста документа о ратификации в штаб-квартире ООН. РККТ открыта для ратификации подписавшими его государствами, а также допускает вступление новых членов. В число ратифицировавших РККТ стран входят Австралия, Бангладеш, Канада, Китай, Дания, Египет, Франция, Германия, Индия, Япония, Мексика, Нидерланды, Пакистан, Филиппины, Южная Корея, Испания, Таиланд, Турция, Великобритания и Вьетнам. США подписали договор, но не ратифицировали его.

Основные моменты РККТ: 1. В течение 5 лет вводится полный запрет на



рекламу и продвижение табачных изделий, а также спонсорство.

Предупреждающие надписи должны занимать не менее 30% упаковки. Эта норма должна быть введена в течение трех лет.

В течение трех лет с упаковки должны исчезнуть формулировки «легкие», «пониженное содержание смол», «ультра легкие» или «мягкие».

Налоговая и ценовая политика должны быть направлены на снижение потребления табачных изделий, а беспошлинная продажа табачных изделий иностранным туристам может быть запрещена или ограничена.

Должны быть приняты меры, ограничивающие курение на рабочих местах, в местах отдыха, общественном транспорте.

По договору, страны, его ратифицирующие, должны принять соответствующие нормативные акты, однако никаких штрафных санкций за невыполнение этого требования не предусмотрено. Следить за выполнением РККТ и решать технические, процедурные и финансовые вопросы будет Совет Членов Конвенции, однако полномочия этого органа весьма ограничены.

Снизит ли РККТ мировое потребление сигарет – большой вопрос, так как отсутствуют механизмы принуждения, кроме того существует вероятность, что некоторые ключевые страны никогда не ратифицируют конвенцию. Тем не менее многие неприсоединившиеся страны, уже приняли некоторые положения РККТ. Например, предупреждающие надписи в виде изображений введены в действие в некоторых странах, включая Канаду, Сингапур, Бразилию и Таиланд, а в 2006 г. намечено введение таких нормативов в Иордании. В некоторых странах, включая Ирландию, Индию, Норвегию, Италию, Швецию, Нидерланды, Бангладеш и Кубу, введен запрет на курение в закрытых общественных заведениях. Продолжение такой тенденции, вероятно, снизит потребление сигарет в странах, принявших РККТ.

Объединение дилеров табачного сырья. Две крупнейшие международные компании по продаже табачного сырья – DIMON Inc. и Standard Commercial Corporation в ноябре 2004 г. объявили о слиянии. Процесс объединения завершился в мае 2005 г. Образованная компания – Alliance One International – является первым крупнейшим объединением по продаже табачного сырья с 1998 г., когда компании Universal Leaf и Socotab заключили соглашение о партнерстве в производстве ориентальских табаков. Крупные объединения были также образованы в 1997, когда компания DIMON приобрела Intabex, а Standard Commercial приобрела 75% акций компании Meridional (Бразилия), принадлежавшей французской Seita, в 1995 г., когда в результате слияния Dibrell Brothers и Monk/Austin образовалась компания DIMON, и в 1993 г., когда Universal Leaf приобрела Gasalee. Помимо крупных объединений, в это же время происходили более мелкие объединения, например, произошедшее в начале 2005 г. слияние филиппинского подразделения компании Lancaster, принадлежащей Universal Leaf, с филиппинской компанией Union Leaf[2].

Образование Alliance One International сократило количество крупных продавцов табачного сырья до двух компаний одного размера – Alliance One и Universal Leaf. Для сравнения - в 1992 г. было 6 крупных дилеров, работавших на крупных рынках ТВС и берлея. Однако на некоторых рынках, например, бразиль-

ском, наблюдается рост числа дилеров, которые, впрочем, работают только на внутреннем рынке.

Консолидация рынка в последние 10-15 лет произошла благодаря перепроизводству табачного сырья, очень низкого роста мирового производства сигарет (исключая Китай), а также высокой ценовой эластичности производителей готовых табачных изделий, что повлияло на рентабельность продавцов табачного сырья. Ценовая эластичность проявилась в двух формах: снижение спроса на табачное сырье в регионах с высокими издержками производства сырья, таких как США, в которые продавцы сделали значительные инвестиции, в сторону регионов, где затраты на производство сырья низки; а также оптимизация мешки с целью снижения ее стоимости - таким образом производители сигарет повышают рентабельность производства сигарет в условиях низкого роста сигаретного рынка. Кроме того, международные дилеры табачного сырья улучшают технологию производства сырья, исключая из него нетабачные материалы, внедряют более современные методики табаководства, демонстрируют социальную ответственность бизнеса, что также увеличивает затраты.

Консолидация рынка продаж сырья вызвала уменьшение избыточных производственных мощностей. В частности, компания Alliance One уже объявила о закрытии двух своих заводов в США – завод Standart Commercial в Вильсоне (Северная Каролина) и завод DIMON в Данвилле (штат Вирджиния).

#### **Список литературы:**

1. Страны-лидеры по производству табака URL:<http://www.agroprodmarsh-expo.ru/ru/articles/strany-lidery-po-proizvodstvu-tabaka/> (Дата обращения 13.07.2016)
2. Ситуация на рынке табачной продукции URL:<http://mydocx.ru/2-7893.html> (Дата обращения 13.07.2016)
3. Мировой рынок потребления сигарет URL:<http://www.vestifinance.ru/infographics/6399> (Дата обращения 08.07.2016)
4. Трутнев О., Газета «Коммерсантъ» №19 от 05.02.2016, стр. 7.
5. Динамика развития табачной промышленности URL:<http://www.scienceforum.ru/2016/1970/25869> (Дата обращения 11.07.2016)
6. Производство сигарет URL:<http://www.tabakexpo.ru/> (Дата обращения 12.07.2016)

**Казарян А.Г.**

#### **ЭТИКА В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕСЕ И ЭКОНОМИКЕ**

Что же общего между такими совершенно разными понятиями как этика и экономика? На первый взгляд можно сказать, что нет никаких точек соприкосновения между этикой и экономикой, ведь экономическая деятельность человека, направленная на удовлетворение бесконечных потребностей общества, предполагающая получение прибыли, что в соответствии с этическими нормами - безнравственно. К такой деятельности можно отнести работу дистрибьютеров, которые покупают товар по одной цене и реализуют по более высокой, включаю-

щей стоимостью услуг данных представителей рынка. Однако экономические отношения не всегда сопровождаются отсутствием морали: как исключение можно назвать производство товаров и оказание услуг, не связанных с перепродажей.

С другой стороны, экономическую деятельность осуществляют индивиды, являющиеся неотъемлемой частью социума, который располагает своими традициями, системой правил и исключительным менталитетом. Общество вокруг может как поддержать, так и осудить то или иное решение каждого человека. Если присмотреться, то можно заметить насколько сильным является влияние социальной среды на каждую его составляющую: идеология Советского Союза предполагала помощь обществом индивиду в практически любой ситуации, тем самым давая понять, что каждая личность является неотъемлемой и самой важной частью социума, и это оставило след в миропонимании людей, косвенно заставляя помогать друг другу несмотря на отсутствие корыстных целей. Идеология США, показывая, что общество не станет помогать вам и вы сами несете ответственность за свое будущее, воспитывала в людях чувство эгоизма, себялюбия, отвергало идею человека в обществе, что в результате сказалось на общественных ценностях.

Вместе с тем, можно утверждать, что этика в экономике – это совокупность правил, осуществляющих контроль и коррекцию поведения людей в системе экономических отношений. То есть данное направление дает оценку этической хозяйственной деятельности человека в соответствии с моральными и нравственными принципами.

Современный рынок потребителя в Европе уже миновал стадию "дикого капитализма", в котором исключительное место занимал доход и денежные средства и их эквиваленты, а человеческие ценности были отложены на второй план. Однако на сегодня центральное место в системе экономических отношений занимает человек, как самая важная и исключительная часть социума, способная оказать влияние не только на политическую и социальную обстановку, но и на экономическую ситуацию даже всей страны. Так одной из причин экономического кризиса в Греции и нестабильности экономики Испании является менталитет общества, который предполагает присутствие не одного перерыва на сиесту в течение рабочего дня, что соответственно снижает производительность труда. В Испании большой проблемой на пути развития экономики является отсутствие стимула к работе и высокие социальные пособия по безработице: на содержании государства безработный может находиться от 4 месяцев до 2 лет при максимальном размере пособия в 1397 евро, при том, что средняя зарплата составляет 1615 евро. Зачем тратить свои силы, работая где-либо, если можно ничего не делать и получать пособие, которое вполне сопоставимо с средним заработком? Ответ прост: работая, индивид вносит свой вклад в развитие страны, а безработный пользуется благами, созданными трудящимися.

Проблемы потребительского общества поставили Западу задачу поиска новой системы ценностей, новой парадигмы социально-экономического развития, что нашло свое выражение в концепции устойчивого развития. Сам факт метаний Запада, переосмысления собственной системы ценностей, базирующейся на господстве стоимостных отношений, рынка, прибыли, частной собственности, эгоцентризма, рационализма, должен насторожить нас и заставить критически отне-

стись к решению проблемы разработки собственной модели социально-экономического развития.

Необходимость сдвига в системе ценностей, обусловлена объективными изменениями в экономической, экологической, социальной, духовно-культурной, интеллектуальной сферах и вызывает все большую ориентацию на общественные интересы, глобальные подходы, духовно-этические оценки жизнедеятельности нации, мирового сообщества. Именно поэтому все настойчивее пробивает себе дорогу принцип: что хорошо для фирмы, для общества, то хорошо и для индивида, личности. Подтверждением этого являются новые формы организации труда на предприятиях, коллективные формы жизнедеятельности работников и их семей в рамках предприятий, приоритетность решений общенациональных проблем.

Считается, что народы могут стать цивилизованными лишь при условии принятия социально-экономического устройства и системы ценностей Запада. Но цивилизованность не измеряется уровнем материального достатка, житейского благополучия, равно как и степенью зарегулированности, регламентированности человеческой жизнедеятельности правовыми нормами, тем более насаждением культа силы и насилия, вседозволенности и безнравственности, богатства и роскоши. Это как раз то, что пытаются нам навязать под лозунгами прав человека, гражданского общества и движения к цивилизованному обществу западного образца, того образца, который вполне укладывается в концепцию О. Шпенглера о цивилизации как об эпохе упадка в противовес целостности и органической культуре. Не следует обманываться идеями об общечеловеческих ценностях, общечеловеческой или всемирной цивилизации, когда под их прикрытием навязывается всего лишь одна из систем ценностей и одна из цивилизаций, которая к тому же испытывает кризис и никак не укладывается в рамки системы ценностей каких-либо других народов.

Проблема превосходства материальных ценностей над общечеловеческими ярко выражена в системе здравоохранения, которая в большинстве стран Европы является платной. Нечасто встречаются ситуации, когда тяжело больной человек перестает бороться за свою жизнь по причине недостаточности средств для лечения. В СССР система здравоохранения была общедоступной и бесплатной, полностью субсидировалась из государственного бюджета страны, не было так называемой медицинской страховки, требовавшей обязательное страхование для оказания соответствующих услуг.

Идеалом этичности социума в 21 веке является Япония. Менталитет японцев предполагает, что каждый человек имеет реальную возможность проработать в одной компании всю жизнь, невзирая на сложность выполняемой им работы или на высококвалифицированность, и получать зарплату, превышающую оплату труда менеджера, относительно недолго работающего в организации, тем самым данный факт доказывает важность каждого работника. Японцам с самого детства прививается дух коллективного равенства, подчинения интересам группы, все деловые решения в фирме принято принимать сообща, то есть в "стране восходящего Солнца" даже в бизнесе уделяют особое внимание этике.

Современное белорусское общество постепенно отошло от нравов советских учений и теперь перешло на стадию капитализма, имеющего некоторые чер-

ты социальной экономики, но в котором все же важнейшую роль играет доход, в соответствии с которым и определяется цивилизованность и уровень развития личности. На сегодняшний день уже стало постыдным работать в клининг-услугах, поваром, учителем в школе, хотя не трудно догадаться, что данные профессии вносят довольно серьезный вклад в развитие общества: если бы не было менеджеров по клинингу, то остро стоял бы вопрос чистоты и порядка, недостаток поваров ведет к деградации ресторанного дела и всего бизнеса, связанного с общественным питанием. На наш субъективный взгляд недостаток преподавателей связан с низкой оплатой труда. Но данная проблема требует особенного изучения и отношения: ведь именно те знания, которые получают ученики и студенты станут фундаментом для построения будущего всей страны, а, как известно, чем прочнее фундамент, тем серьезнее может быть постройка, то есть в стране отсутствует понимание почетности каждой профессии. Невысокий уровень этичности социума оказывает влияние на развитие теневой экономики, вследствие чего в руках отдельных личностей скапливается капитал, а легальный бизнес, вынужденный бороться теневым, терпит убытки, зачастую сказывающиеся на ситуации не только в отдельной организации, но и в отрасли или даже в экономическом равновесии страны.

В современном социуме, этика играет не последнее значение в прогрессировании бизнеса и развития экономики в целом. Практика показывает, что страны, где данный фактор играет одну из ключевых ролей в бизнесе, успешно развиваются (Китай, Япония, Гонконг, Республика Корея, Сингапур, Тайвань). В развитии общества встает вопрос: в основу прогресса должны быть положены ценности Запада или все же своя культура, выработанная на протяжении веков?

### **Ш.Б. Хаджиева**

#### **Факторы, влияющие на развитие туризма**

Туристическая индустрия это одна из наиболее динамичных отраслей, быстро развивающихся в мировом хозяйстве. Туризм входит в число трех крупнейших экспортных отраслей, уступая нефтедобывающей промышленности и автомобилестроению. В настоящее время туризм является самой рентабельной сферой мирового хозяйства. Основу развития туристической индустрии формируют следующие существенные моменты:

- Увеличение доли въездного туризма;
- Уменьшение диспропорции между ресурсным обеспечением и степенью его использования;
- Пропаганда национального туристического продукта;
- Государственная поддержка отечественного туризма.

Индустрия туризма функционирует как межотраслевой комплекс благодаря налаженным связям с едва ли не всеми государственными управлениями и службами. В частности, существуют связи с такими структурами как правовая (охватывает законодательную и нормативную базу, таможенную и консульскую службы), финансово-экономическая (системы налогообложения и страхования, финан-

совые взаимоотношения), кадровая (подготовка кадров для туризма, научные исследования и т.д.). Государственная поддержка заключается в стимулировании потребностей населения в услугах туризма. Проявлением эффективности государственной туристической политики прибыльность индустрии туризма и ее вклад в национальную экономику.

Исследованию проблем и особенностей развития рынка туристических услуг под воздействием различных видов факторов посвящены научные труды многих отечественных и зарубежных ученых. В своих работах ученые уделяют внимание методологии разработки и реализации государственной и региональной туристической политики, определяющих экономические и организационные рычаги регуляторной политики развития туризма, предпосылки возникновения и принципы функционирования предприятий рекреационно-туристического комплекса, классификации их форм и видов, планированию финансово-хозяйственной деятельности предприятий туристической сферы, прогнозированию развития регионального рынка туристических услуг, механизма экономической оценки и регулирования туристической привлекательности территории.

Изучение изданных работ по проблеме развития рынка туристических услуг позволяет сделать вывод, что вопрос влияния факторов в туристической индустрии исследованы недостаточно, что негативно влияет на развитие туризма в целом и делает вопрос решения данной проблемы весьма актуальным.

Развитие туризма в целом зависит от комплекса условий: природно-географических, историко-политических, социально-экономических, демографических, сложившиеся в обществе и факторов, которые их определяют. Факторы развития рынка туристических услуг принято делить на внешние и внутренние.

**Фактор в туризме** — это момент, существенное обстоятельство туристской практики.

Внешние (экзогенные) факторы влияют на туризм посредством демографических и социальных изменений; экономического и финансового развития; изменений политического и правового регулирования; технологических изменений; торгового развития; транспортной инфраструктуры и безопасности путешествий. К внешним факторам можно отнести географическое положение региона, политические отношения между странами, международное разделение труда, уровень цен на международном рынке и в разных странах и т.п..

Определяющими являются внутренние факторы развития рынка туристических услуг. Среди них — природно-географические особенности и климатические условия страны, наличие и качество природных ресурсов и возможность их удобного использования, экономическая ситуация в стране, внутренняя политика страны, политическая стабильность общественный строй, уровень развития производительных сил, структура и уровень благосостояния населения, возможность получение льгот и скидок на туристические услуги за счет государства и общественных организаций, предприятий и учреждений, состояние развития туристической инфраструктуры, транспортных сетей, уровень жизни в обществе, образовательный и культурный уровень населения.

С точки зрения влияния на туристическую деятельность все факторы делятся на факторы привлечения (побуждают к путешествию — природные, культур-

ные и социальные условия в стране, где формируются туристические потоки) и факторы дифференциации спроса (влияют на выбор места путешествия — туристические ресурсы, развитие инфраструктуры, уровень социально-экономического развития страны).

С точки зрения механизма влияния на развитие туризма можно определить факторы объективные, уже сформированы историческим развитием общества, и такие, целенаправленно регулируют именно туристическую деятельность — факторы первой группы. Ко второй относятся государственная политика в туризме, наличие и содержание туристического законодательства, туристическое образование в обществе и т.п.

Факторы, влияющие на развитие туризма, разнообразны и многогранны. Наличие благоприятных факторов приводит к лидерству отдельных регионов и страны в мировом туризме, и наоборот, нежелательные факторы снижают туристический поток.

Основные факторы, влияющие на развитие туризма, можно разделить на две группы: статические и динамические.

Статические имеют неизменное во времени значение (природно климатические, географические, культурно-исторические факторы). К динамическим факторам относятся:

— Демографические (общий рост народонаселения, урбанизация, т.е. увеличение доли городского населения за счет сокращения численности сельских жителей, изменение возрастной структуры населения (увеличение во многих странах средней продолжительности жизни приводит к тому, что все больше людей имеют свободное время и средства, позволяющие им осуществлять заграничные путешествия);

— Социальные (рост благосостояния населения развитых стран активно участвуют в туристическом обмене, увеличение продолжительности оплачиваемых отпусков и сокращение продолжительности рабочей недели, увеличение числа работающих женщин и увеличения дохода на каждую семью (домохозяйство), рост доли одиноких людей, тенденция к более позднему браку и созданию семьи, чрезвычайно быстрый рост числа бездетных пар в составе населения, уменьшение иммиграции, более ранний выход на пенсию, рост осознания туристских возможностей.)

— Экономические (заключаются в изменении структуры потребления товаров и услуг в сторону увеличения в потребительской корзине населения доли различных услуг, в том числе и туристических);

— Культурные (рост культурного уровня населения многих стран и в связи с этим стремление людей к ознакомлению с зарубежными культурными ценностями);

— Научно-технический прогресс (обуславливает быстрое развитие материально-технической базы туристической индустрии, создает необходимые условия для массового туризма);

— Международные факторы (смягчение международного климата, переход в ид конфронтации между отдельными государствами к сотрудничеству и взаимопониманию, процессы глобализации, решение спорных международных вопро-

сов путем переговорного процесса.

К важнейшим факторам, которые обуславливают развитие туризма рубежом относят:

— Поддержка со стороны государственных органов (опыт разных стран показывает, что успех развития туризма напрямую зависит от того, как на государственном уровне воспринимается эта отрасль, насколько она пользуется государственной поддержкой);

— Рост общественного богатства;

— Сокращение рабочего времени;

— Урбанизация (концентрация населения в городах, отрыв от природы вызывает необходимость проведения свободного времени вне зон постоянного проживания);

— Уровень общественного сознания.

По мнению западных специалистов, основными факторами, определяющими привлекательность туристского региона, являются: доступность региона, его природа и климат, отношение местного населения к приезжему; инфраструктура региона, уровень цен, состояние розничной торговли; спортивные, рекреационные и образовательные возможности; культурные и социальные характеристики. Последний фактор, в свою очередь, привлекает туристов по следующим причинам: работа, национальная одежда, архитектура, ремесла, история, язык, религия, образование, традиции, отдых, живопись, музыка, гастрономия.

Совокупность факторов определяет возникновение и характер поведенческих особенностей потребителей туристических услуг, которые могут быть выражены такими показателями, как:

— Частотность туризма;

— Предпочтения в выборе туристического центра и география туризма;

— Форма организации тура, предпочитаемого;

— Представление туриста о цене тура;

— Представление о торговой марке турфирмы;

— Коммуникативное поведение туриста;

— Роль внешних раздражителей в процессе принятия решения о покупке тура.

Еще одним видом факторов, влияющих на развитие рынка туристических услуг является личностно-поведенческие факторы. Стоит отметить, что среди всех факторов, влияющих на развитие туризма, личностно-поведенческие факторы играют ведущую роль в современном мире. Они состоят из мотивов, которые обеспечивают желания потребителей путешествовать, при этом соответствовать требованиям туриста. Анализируя роль психологических факторов в формировании рынка туристических услуг доказано, что только немного туристов приезжают снова в те места, где они уже были ранее, исключая случаи присутствия экономических, лечебно-профилактических или сентиментальных мотивов. По мере роста доходов человек начинает отдавать предпочтение психологическим мотивам при выборе нового путешествия. Мнение о качестве потребленного туристического продукта формируется через некоторое время после поездки, поскольку до поездки потребитель может только смоделировать свои ожидания на основе



имеющейся информации. Поэтому важность ситуации заключается и в том, что представление о продукте порождает у потребителя определенные ожидания, и если они не оправданы реальным качеством продукта, потребитель легко в нем разочаровывается. Целью туризма является рациональная организация свободного времени потребителя. Соответственно этому, развитие туризма может быть обусловлено наличием двух основных моментов: свободного времени и финансовых средств для его рациональной организации.

### **Заключение**

В рамках международной выставки "Путешествия и туризм" / МИТТ, прошедшей в Москве, состоялся доклад, в котором были выделены основные негативные факторы, мешающие развитию туризма в России.

Развитию туризма в нашей стране мешают несколько ключевых моментов. Во-первых, недостаток качественной гостиничной инфраструктуры и профессиональных кадров. Многие менеджеры гостиниц предпочитают брать людей "с улицы" и учить их самостоятельно, но ни в коем случае не нанимать людей, работавших в гостиницах в советское время. Считается, что они не умеют общаться с клиентами и переучить их невозможно. В итоге настоящие профессионалы своего дела в гостиницах не работают.

Вторым важным фактором является проблема транспорта. Во многих регионах нет нормальных дорог, а авиационные перелеты слишком дороги. Третий фактор - мало благоустроенных объектов. Есть ряд территорий, на которых по закону запрещена любая хозяйственная деятельность. В итоге такие места просто приходят в запустение. В качестве примера можно привести парк "Лосиный Остров". По оценкам экспертов, если бы всего 2% его территории было отдано под коммерческие объекты, то это полностью обеспечило бы содержание парка. Сейчас же территория фактически заброшена и не всегда безопасна. Конечно, въездной туризм существенно ограничивает визовый вопрос, однако дело не только в визах. Большинство жителей нашей страны не любят туристов и не радуются приезду гостей, что негативно сказывается на развитии отрасли. Также небезопасна для приезжающих в нашу страну милиция. Известны случаи поборов с туристами, осуществляемых милиционерами. А если турист имеет восточную внешность, у него могут возникнуть серьезные проблемы[631].

### **Список литературы:**

1. Биржаков, М. Б. Введение в туризм / М. Б. Биржаков. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2008. – 320 с.
2. Васильев, В. В. Менеджмент туризма / В. В. Васильев. – М. 2007 - 328 с.
3. Гуляев, В. Г. Организация туристской деятельности / В. Г. Гуляев. - М.: Нолидж, 2003. – 312 с.
4. Квартальнов, В. А. Теория и практика туризма: Учебник / В. А. Квартальнов. - М.: Финансы и статистика, 2006. – 672 с.
5. Вавилова Е. В. Издательство: Гардарики 2005 г. 160 стр.
6. Вавилова Е. В. Основы международного туризма Издательство: Гардарики 2005 г. 160 с.
7. Нечипоренко В. Особенности маркетинговых исследований в туризме //

«Маркетинг Про», № 6, 2007.

8. URL / <http://www.travel.ru> Названы факторы, мешающие развитию туризма в России (дата обращения :15.07.2016).

9.<http://tourfaq.net/travel-business/glavnye-factory-vliayushhie-na-razvitiya-turizma/>[2; 138].

**Г. В. Гуринович**

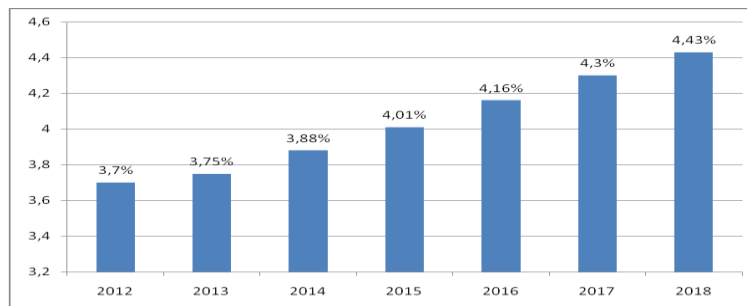
## **СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МИРОВОГО И БЕЛОРУССКОГО РЫНКОВ ИТ-УСЛУГ. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ИТ- УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Современное материальное производство и другие сферы деятельности все больше нуждаются в информационном обслуживании, переработке огромного количества информации. Универсальным техническим средством обработки любой информации является компьютер, который играет роль усилителя интеллектуальных возможностей человека и общества в целом, а коммуникационные средства, использующие компьютеры, служат для связи и передачи информации. Появление и развитие компьютеров — это необходимая составляющая процесса информатизации общества.

На сегодняшний день совокупный объем мирового рынка ИТ приближается к четырем триллионам долларов США.

С каждым годом мировой рынок ИТ-индустрии увеличивается. Если в 2013 году его объем составлял 3,75 трлн. долл. США, то в 2014 году этот показатель составил уже 3,88 трлн. долл. США. Основным толчком для роста ИТ-индустрии является увеличение спроса на корпоративное программное обеспечение. В 2014 году по сравнению с 2013 годом, этот показатель вырос на 6,4% и составил 296 млрд. долл. США. Наименьший рост наблюдается в сегменте телекоммуникационных сервисов – этот показатель вырос в 2014 году на 2,4% по сравнению с 2013 годом и составил 1,7 млрд. долл. США. Самым большим по объему является рынок ИТ-услуг. В 2013 году этот показатель составлял 927 млрд. долл. США, а в 2014 – 987 трлн. долл. США, что составляет приблизительно 26% от всего мирового рынка ИТ-индустрии. Ожидается увеличение объема ИТ-рынка каждый год приблизительно на 3,5% (рисунок 1).

ИТ-сервисы продолжают увеличивать свою долю среди других компонентов ИТ-рынка и будут фактически определять динамику всего рынка (рост 3–4% в год). В 2018 г. примерно \$1,5 трлн. долл. США, или 50% ИТ-рынка (без учета его телекоммуникационной составляющей), уже будет принадлежать сервисам (в том числе поставляемым по «облачной» модели).



**Рисунок 1 – предполагаемый рост мирового ИТ-рынка, трлн. долл. США**

«Облачная» модель предоставления сервисов стала серьезнейшим конкурентом традиционным способам предоставления ИТ-сервисов. Кроме того, «облака» породили и новые услуги, которые ранее были большинству клиентов не доступны. Например, eBay предоставляет платформу для проведения аукционов любому желающему, а PayPal – решение для осуществления платежей в онлайн-режиме. Крупные корпоративные клиенты в настоящее время предпочитают использовать гибридные «облачные» стратегии при выборе модели получения аутсорсинговых услуг. Это связано с вопросами корпоративных политик информационной безопасности и требований национальных регуляторов. Что касается малого и среднего бизнеса, то их предпочтения продолжают оставаться в области «облачных» IaaS (ИТ-инфраструктура как сервис), а это негативно влияет на бизнес сервис-провайдеров, предоставляющих услуги из локальных дата-центров. Персональные пользователи также активно осваивают облачные технологии. У них популярностью пользуются почта, офисные приложения.

Самыми крупными поставщиками ИТ-сервисов являются:

1. IBM. Является самой крупной ИТ-компанией по рангу и доходам (1 трлн. амер. долл. В 2013 году);
2. SAP. Самая известная компания в области разработки приложений планирования ресурсов предприятия ERP;
3. Oracle. Американская мультинациональная компания, наиболее известная в качестве поставщика системы управления базами данных.

В 2015 году продолжают расти требования к финансово-экономическому обоснованию ИТ-проектов вообще и ИТ-сервисов в частности. Увеличивается спрос на решения, которые позволят выжать максимум из существующей инфраструктуры, поэтому меняется и комплекс требований к провайдеру ИТ-услуг. Инцидентное реагирование несет очень большие убытки бизнесу, поэтому в тренде проактивная модель оказания услуг.

В Республике Беларусь по состоянию на 2014 год насчитывается 853 компании в отрасли «компьютерных и информационных услуг» являются государственными – 2,1% от всего числа компаний. В основном компании расположены в Минске – 92% от всего числа. При этом в Парке Высоких Технологий работает 140 компаний. Объем производства ИТ-услуг организациями, входящими в Парк Высоких Технологий Беларуси по состоянию на 2013 год составляет 470 млн. долл. США. При этом объем всего сектора ИТ Беларуси составляет 993 млн. долл.

США. В 2013 году более 90% компаний разрабатывали программное обеспечение на заказ, что говорит об абсолютном преимуществе данного вида деятельности на белорусском IT-рынке. Общий объем потребления IT-услуг составляет 453 млн. долл. США в 2013 г., а внутренне потребление современных IT-услуг находится на низком уровне – 65 млн. долл. США в 2013 году. Экспорт компьютерных услуг по итогам 2013 года составил 552 млн долл. США. За одиннадцать лет экспорт IT-услуг вырос более чем в 50 раз. Белорусский импорт же значительно уступает по показателям экспорту. По итогам 2013 года он составил 72 млн долл. США. На 2015 год прогнозируется рост экспорта IT-услуг на 24-28%. Темп прироста импорта прогнозируется на уровне 5-7%. Объем прямых иностранных инвестиций на чистой основе в компании ПВТ составил по итогам 2013 года 70 млн долл. США, что составляет 5% от всего объема прямых иностранных инвестиций на чистой основе. География иностранных инвестиций в белорусский IT-сектор довольно широка – иностранные участники из 17 стран имеют доли в белорусских предприятиях. При этом основные страны, откуда поступают инвестиции, - это США (19%), Россия (18%) и Нидерланды (11%). Созданный в 2005 году Парк Высоких Технологий предоставляет своим резидентам большое количество преимуществ. Отношения резидентов ПВТ, а также правила вступления регулируются Декретом №12 “О Парке высоких технологий”. По данным одного из крупнейших IT-изданий SoftwareMagazine, в 2013 году 7 компаний вошли в Software 500 лучших мировых поставщиков IT-услуг. Лидирующие компании указаны в таблице 1:

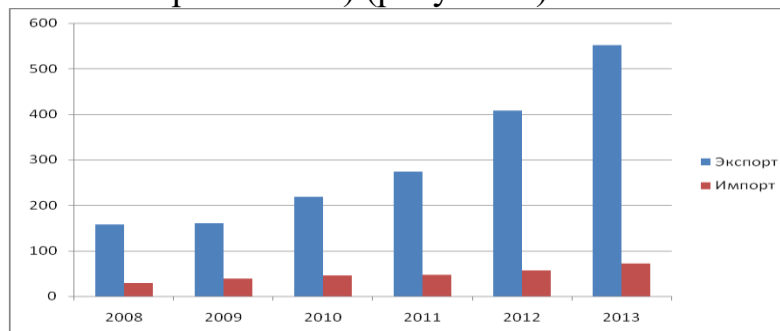
**Таблица 1 – Лучшие белорусские поставщики IT-услуг на мировом рынке**

Название компании	Занимаемое место в международном рейтинге в 2013 году	Изменение позиций по сравнению с 2012 годом
EPAM Systems	140	+20
PROGNOZ	254	+38
IBA Group	286	+2
Ericpol Telecom	299	+13
Sam Solutions	393	+13
Intetics	440	+33
SoftClub	441	+19

На данный момент отрасль IT-услуг является экспорто-ориентированной. Основными потребителями выступают компании из России, США, Германии и Великобритании. Прикладные программы и прикладное ПО является основными продуктами, потребляемыми в странах СНГ, Европы и Северной Америки.

Экспорт IT-услуг Республики Беларусь непрерывно растет уже в течение многих лет. За 5 лет он вырос более чем в 3,5 раза, что, безусловно, является выдающимся результатом не только в рамках отечественной экономики, но даже в мировых масштабах. Помимо роста абсолютных показателей растут и относительные показатели экспорта. Так доля экспорта компьютерных услуг в структуре экспорта услуг Республики Беларусь возросла с 1,27% в 2005 году до 7,6% в 2013 году. Экспорт компьютерных услуг по итогам 2013 года составил 552 млн долл. США (+35%). По показателю экспорта компьютерных и информационных услуг на душу населениям Республика Беларусь находится среди лидеров – с 5 долл. США/чел в 2005 до 60 долл. США/чел в 2013 (+36,45% по отношению к 2012

предыдущему году). Объем экспорта программного обеспечения и услуг компаниями ПВТ в 2013 году составил 446,7 млн долл. США (+35%). Заказчиками Парка высоких технологий являются компании из 55 стран мира. 40% произведенных продуктов поставляется в США и Канаду, 44% — в страны Европы, 14% — в Россию и страны СНГ и 2% - в страны Азии) (рисунок 2).



**Рисунок 2 – Внешняя торговля компьютерными услугами, млн. долл. США**

Более 20 компании-резиденты ПВТ экспортируют свои услуги на рынок Российской Федерации. Из них на 5 крупнейших экспортеров приходится около 70% от всего экспорта. Наибольшим спросом пользуются прикладные программы и ПО, предназначенное для разработки и развертывания прикладных программ. Наименьшим спросом пользуется ПО в сфере информационной безопасности и системное ПО. 12 компаний, резидентов ПВТ, экспортируют свои услуги в Германию. Доля 8 крупнейших экспортеров достигает 90%, причем доля крупнейшего экспортера – 36%. Белорусский импорт же значительно уступает по показателям экспорту. По итогам 2013 года он составил 72 млн. долл. США и увеличился на 28,6%.

### Список литературы

1. Global IT services spending forecast / Statistainc. – 2015.
2. Обзор: Рынок ИТ: итоги 2014 / Cnews Analytics; сост. В. Ференц -2014.
3. Tadviser [электронный ресурс] / ИТ-услуги (мировой рынок) / Tadviser – 2015. – Режим доступа – 20.07.2015.
4. ИТ-рынок Беларуси / Юнитер – апрель, 2014.
5. Аутсорсинг информационных технологий Республики Беларусь / Банковский вестник. Научные публикации – 2012.

Научное издание

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ  
ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ  
НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

БЮЛЛЕТЕНЬ СНИЛ

«Теория, история и методология экономической науки»

Редактор Е.А. Западнюк  
Технический редактор Н.Б. Чигирик  
Компьютерный дизайн, верстка В.В. Бонцевич

Подписано в печать 01 12 2015 года Формат 60x80 1/8.  
Бумага офсетная Печать офсетная.  
Гарнитура Times New Roman.  
Ризография. Усл. п.л. 8,2. Тираж 100 экз. Заказ 4/16

Издательское и полиграфическое исполнение  
ЧНУП «Центр исследования институтов рынка»  
ЛН № 02330/0494490 от 8.04.20014.  
ул. Международная 35, к.2., г.Гомель, 246021