

7. Инициативные проекты: Стратегия развития российской науки через новые регионы. // Материалы международного форума «Проекты будущего: междисциплинарный подход. Звенигород, 2006. – стр.197-2007.
8. Козлова, Ю. Проблема выбора направления инновационной деятельности предприятия. // Инновации 2006, № 7.
9. Кочетков, С. Методы стимулирования инновационного развития предприятия // Инновации 2008, №7, стр. 87- 95.
10. Молодчик, Н. А. Организационный и личностный уровни инновационности. // Мир России, 2009, №1, стр. 67- 82.
11. Николаев, А. Инновационное развитие и инновационная культура // Проблемы теории практики управления, 2001, №5, стр.57-63.
12. Ромацова, И. Инновационный потенциал предприятия // Биржа плюс финансы, 2008 №1, стр. 67- 88.
13. Санто, Б. Инновация как средство экономического развития – М. : Прогресс, 1990 (Перевод с венгерского).

УДК 332.1 (476.5)

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ В СФЕРЕ ПОВЫШЕНИЯ ЕГО ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ

*Е.А. Волынец, преподаватель-стажер,
УО «Полоцкий государственный университет»,
г. Новополоцк, Беларусь*

Актуальность исследования потребительского рынка Витебской области обусловлена стремлением регионов улучшить свои позиции по сравнению с другими регионами страны. Для этого необходимо проанализировать позиции региона с разработкой мероприятий по укреплению слабых и развитию его сильных сторон. Региональный потребительский рынок представляет собой территориальную систему социально-экономических отношений в сфере обмена, обеспечивающую удовлетворение потребностей населения [2, с. 64].

Для исследования характеристики потребительского рынка Витебской области необходим сравнительный анализ регионов Республики Беларусь. При проведении сравнительного анализа использовался метод суммарного ранжирования регионов. Суть данного метода состоит в следующем: каждый регион ранжируется по величине индикаторов, т.е. определяется занимаемое регионом место по каждому индикатору. Суммарный рейтинг региона определяется суммой мест, занимаемых им по всем параметрам, причем наиболее высокий рейтинг присваивается региону, набравшему минимальные значения суммы мест.

В целях анализа следует выделить три группы факторов:

1. *Демографические.* К ним были отнесены следующие показатели: численность населения региона, доля городского населения в общей его численности, плотность населения на 1 км², превышение числа прибывших над числом выбывших, численность населения трудоспособного возраста, естественный прирост населения, соотношение числа браков и разводов (браки-разводы);

2. *Экономические.* К ним были отнесены следующие показатели: денежные доходы на душу населения в месяц, номинальная начисленная среднемесячная заработная плата работников промышленности, численность занятых в промышленности, средний размер назначенных пенсий, доля денежных расходов на покупку товаров и оплату услуг;

3. *Социально-политические.* К ним были отнесены следующие показатели: численность безработных, уровень безработицы, количество зарегистрированных преступлений, рост зарегистрированных преступлений.

В таблице 1 представлен итоговый рейтинг регионов Республики Беларусь в соответствии со значением факторов, определяющих развитие потребительского рынка регионов.

На основании таблицы 1 можно сделать следующие выводы. Наиболее привлекательным является рынок г. Минска. Это связано с благоприятной демографической и экономической ситуацией в регионе. Из областей лидирует Минская область, которая также характеризуется благоприятными экономическими и социально-политическими тенденциями, хотя её позиции несколько ослабляет влияние демографических факторов.

Таблица 1 – Итоговый ранг регионов Республики Беларусь по результатам анализа демографических, экономических и социально-политических факторов в 2009 г.

Факторы	Регионы						
	Брестская	Витебская	Гомельская	Гродненская	г. Минск	Минская	Могилевская
1. Демографические	3	7	2	4,5	1	4,5	6
2. Экономические	7	4	3	6	1	2	5
3. Социально-политические	5	6	7	2	4	3	1
Сумма рангов	15	17	12	12,5	6	9,5	12
Итоговый ранг	6	7	3,5	5	1	2	3,5

Примечание. Рассчитано по данным Министерства статистики и анализа [3]

Наименее благоприятным можно считать рынок Витебской области, что обусловлено негативным влиянием демографических и социально-политических факторов.

Таким образом, видно, что потребительский рынок исследуемого нами региона – Витебской области отличается низкой привлекательностью для производителей продукции, предназначенной для удовлетворения потребностей населения, что требует поиска путей ее повышения. Более активное развитие потребительского рынка Витебской области будет способствовать повышению уровня и качества жизни населения данного региона.

Определим более четко те факторы, которые в большей степени оказывают негативное влияние на развитие потребительского рынка Витебской области. В таблице 2 представлены позиции Витебской области по всем исследуемым факторам.

Таким образом, рынок Витебской области является наименее благоприятным рынком сбыта продукции, предназначенной для потребления населением Республики Беларусь. Это можно объяснить негативным влиянием демографических факторов. Число разводов намного превышает число браков, также смертность превышает рождаемость – это главные показатели, по которым Витебская область уступает другим областям и г. Минску. Среди экономических факторов Витебская область уступает по таким показателям, как число работников, занятых в промышленности и номинальная начисленная среднемесячная заработная плата работников промышленности. Что касается социально-политических факторов, негативное влияние оказывают уровень безработицы и численность безработных. Для того чтобы рынок Витебской области стал более привлекательным необходимо укреплять слабые и развивать сильные позиции региона.

Таблица 2 – Позиции Витебской области по результатам анализа демографических, экономических и социально-политических факторов в 2009 г.

Показатели	Ранг
Демографические факторы	
1. Численность населения региона	5
2. Доля городского населения в общей его численности	3,5
3. Плотность населения на 1 км ²	7
4. Превышение числа прибывших над числом выбывших	3
5. Численность населения трудоспособного возраста	5
6. Естественный прирост населения	7
7. Соотношение числа браков и разводов (браки-разводы)	6
Экономические факторы	
1. Денежные доходы на душу населения в месяц	4
2. Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата работников промышленности	5
3. Численность занятых в промышленности	6
4. Средний размер назначенных пенсий	4
5. Доля денежных расходов на покупку товаров и оплаты услуг	1
Социально-политические факторы	
1. Численность безработных	5
2. Уровень безработицы	6
3. Количество зарегистрированных преступлений	4
4. Рост зарегистрированных преступлений	4

Источник: собственная разработка на основе статистических данных

Проведённый анализ позволил выявить наиболее благоприятные и проблемные характеристики рынка Витебской области, влияющие на его привлекательность.

К положительным характеристикам рынка Витебской области по результатам анализа демографических, экономических, социально-политических факторов в 2009 г можно отнести высокую долю денежных расходов на покупку товаров и оплату услуг, что может свидетельствовать о высоком спросе; превышение числа прибывших над числом выбывших; низкий рост числа зарегистрированных преступлений. К отрицательным характеристикам рынка можно отнести низкий естественный прирост населения; наименьшее по сравнению с другими регионами превышение числа браков над разводами; невысокая плотность населения; невысокая номинальная начисленная среднемесячная заработная плата работников промышленности; меньшая относительно других регионов численность занятых в промышленности; уровень безработицы.

Можно выделить следующие направления развития Витебской области, направленные на развитие сферы обращения потребительских товаров:

1. Осуществление мероприятий, направленных на увеличение рождаемости и снижение смертности населения. Для этого необходимо улучшать качество жизни населения.
2. Проведение работы по укреплению института семьи.
3. Обеспечение роста заработной платы, в том числе в отраслях материального производства, прежде всего в промышленности.
4. Создание новых рабочих мест, уменьшая тем самым уровень безработицы и др.

Одновременно с этим Витебской области необходимо уделять внимание и повышению привлекательности расположенных на ее территории производителей потребительских товаров, которые, выходя на новые рынки сбыта, будут способствовать развитию региона. Для этого необходимо организовывать выставки производимой продукции, повышать товарный ассортимент, участвовать в конкурсах, предоставлять льготы производителям потребительских товаров на территории данного региона. Также не менее важными направлениями развития рынка Витебской области в сфере обращения потребительских товаров являются формирование новых информационных технологий, появление новых форм торгового оборудования, совершенствование технологий производства и реализации товаров.

Также для повышения привлекательности рынка потребительских товаров Витебской области необходимо совершенствовать информационную работу по анализу и прогнозированию тенденций развития потребительских рынков, активизировать потребительское кредитование, рационализировать потребление, формировать высокую потребительскую культуру [6, с. 82].

Представленные рекомендации будут способствовать более активному развитию потребительского рынка Витебской области, что в конечном итоге позволит повысить уровень жизни населения данного региона.

Список использованных источников

1. Шапкин, И. Н. Управление региональным хозяйством: учебное пособие / И. Н. Шапкин, А. О. Блинов, Я. М. Кестер. – М.: КНОРУС, 2005. – 400 с.
2. Коваленко, Е. Г. Региональная экономика и управление: Учеб. пособие / Е. Г. Коваленко [и др.] – 2-е изд. – СПб: Питер, 2008. – 288 с.
3. Регионы Республики Беларусь, 2010: стат. сб. / Нац. стат. комитет РБ; [редкол.: В. И. Зиновский и др.]. – Мн.: [б. и.], 2010. – 800 с.
4. Барановский, С. И. Стратегический маркетинг: учеб. пособие для студентов по специальности «Маркетинг» учреждений, обеспечивающих получение высш. образования / С. И. Барановский, Л. В. Лагодич. – Мн. ИВЦ Минфина, 2005. – 299с., ил.
5. Богдан, Н. И. Региональная инновационная политика: Моногр. / Н. И. Богдан. – Новополоцк: ПГУ, 2000. – 357 с.
6. Тихонович, С. В. Направления активизации процессов развития потребительского рынка в Республике Беларусь // Белорусский экономический журнал: – 2009. – №2. – С. 73-83

УДК 330.131.7:658.3

ИСТОЧНИКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ КАДРОВЫХ РИСКОВ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

*Е.И. Галешова, аспирант,
УО «Полоцкий государственный университет»,
г. Новополоцк, Республика Беларусь*

В начале XXI века ведущие позиции в теории и практике управления заняты ресурсной теорией, которая концентрирует свое внимание на исследовании человеческих ресурсов, интеллектуального капитала и знаний. Такой подход имеет особое значение в мире возрастающей глобальной конкуренции и мирового финансово-экономического кризиса, когда наиболее важными факторами национальной конкурентоспособности и безопасности