

Проанализировав уровень жизни в исследуемых странах мира на основе составленного рейтинга стран по уровню социально-экономического положения с учетом государственного долга, а также рейтингов ООН и Британского аналитического центра The Legatum Institute, можно сделать вывод о значительной разнице в рангах стран. В 2012 г. лидером по всем рейтингам является Королевство Норвегия. По рейтингу ИРЧП и индексу процветания Республика Беларусь занимает 33 и 38 место из 45 стран соответственно. Нижнюю позицию по всем трем рейтингам занимает Республика Индия.

Изучив различные группы стран по вопросу управления государственным долгом можно заметить, что не все страны с высокими показателями государственных заимствований находятся на низших позициях по рейтингу. В итоге на основе проведенных исследований можно выявить закономерность: страны, входящие в группу с эффективной системой управления государственным долгом, занимают лидирующие позиции по уровню жизни и благосостояния граждан, имеют высокие показатели социально-экономического развития. При этом уровень государственного долга у них достаточно высокий, но находится в допустимых пределах. Фактические значения показателей могут применяться для сравнения социально-экономического положения стран в динамике, а также для сравнения конкретного состояния страны. Данные коэффициенты могут использоваться в качестве нормативов (критериев) социально-экономического развития страны, а также их значения могут характеризовать эффективность деятельности правительства.

©ВГТУ

РАЗРАБОТКА МЕХАНИЗМА ОЦЕНКИ ВЫПОЛНЕНИЯ СТРАТЕГИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Е.С. ГРУЗНЕВИЧ, Т.В. КАСАЕВА

The possibility of using of the Balanced Scorecard to assess the implementation of the strategy of sustainable development by commercial organizations is researched. The evaluation mechanism of the strategy of sustainable development implementation is developed. The evaluation mechanism is based on the interaction of three dimensions: environmental, social and economic.

Ключевые слова: стратегия устойчивого развития, сбалансированная система показателей, матричный подход

Для современных организаций, функционирующих в условиях нестабильности и неопределенности внешней среды, одной из наиболее эффективных стратегий является стратегия устойчивого развития, основное положение которой следующие: коммерческая организация должна так развиваться в настоящий период, чтобы обеспечить стабильную основу для своего развития в будущем. Придерживаясь данной стратегии, руководству необходимо в каждый момент времени знать, в какой степени реализуется триединая концепция устойчивого развития, включающая экономическую, социальную и экономическую составляющие.

Главенствующая роль стратегии устойчивого развития привела к тому, что в последнее время разработано значительное число методов ее оценки, которые можно сгруппировать следующим образом [1]:

- методы, основанные на применении теории устойчивости систем, интерпретирующие математические показатели устойчивости;
- методы, основанные на анализе финансовой отчетности организаций, оценивающие структуру активов и капитала, позволяющие прогнозировать неплатежеспособность (банкротство);
- комплексные методы, объединяющие количественные и качественные показатели, позволяющие выявлять факторы, угрожающие устойчивости.

При наличии достаточно большого количества подходов к оценке стратегии развития организации необходимо отметить, что все они обладают двумя недостатками: во-первых, оценка стратегии развития коммерческой организации по данным методам предполагает *оценку динамики* показателей, а не *степени их приближения* к стратегическим целям; во-вторых, они не учитывают размер, форму собственности, вид деятельности, конъюнктуру рынка, расположение организации, состояние сферы экономики в которой она функционирует, внешнюю среду, доступность к ресурсам и т.д.

В связи с тем, что наработанные ранее методы не могут оценить выполнение стратегических целей организации, так как обладают рядом недостатков, в современной науке и практике возникла объективная потребность в разработке такого механизма оценки, в котором реализовался бы системный комплексный подход, позволяющий свести к минимуму выделенные недостатки.

Наиболее эффективным инструментам оценки реализации стратегии коммерческой организации все чаще признается сбалансированная система показателей (ССП), так как она позволяет выявить конкретные изменения в стратегии и существующие проблемы, которым до определенного момента

не предавалось особого значения. Таким образом, была сформулирована основная гипотеза исследования: механизм оценки реализации стратегии устойчивого развития должен базироваться на оценке экономического, социального и экологического развития бизнеса с позиции основных аспектов ССП: финансы, клиенты (маркетинг), внутренние бизнес-процессы, обновление и развитие.

Признание этого, привело к разработке нового механизма оценки выполнения стратегии устойчивого развития, схема которого представлена на *рисунке 1*.

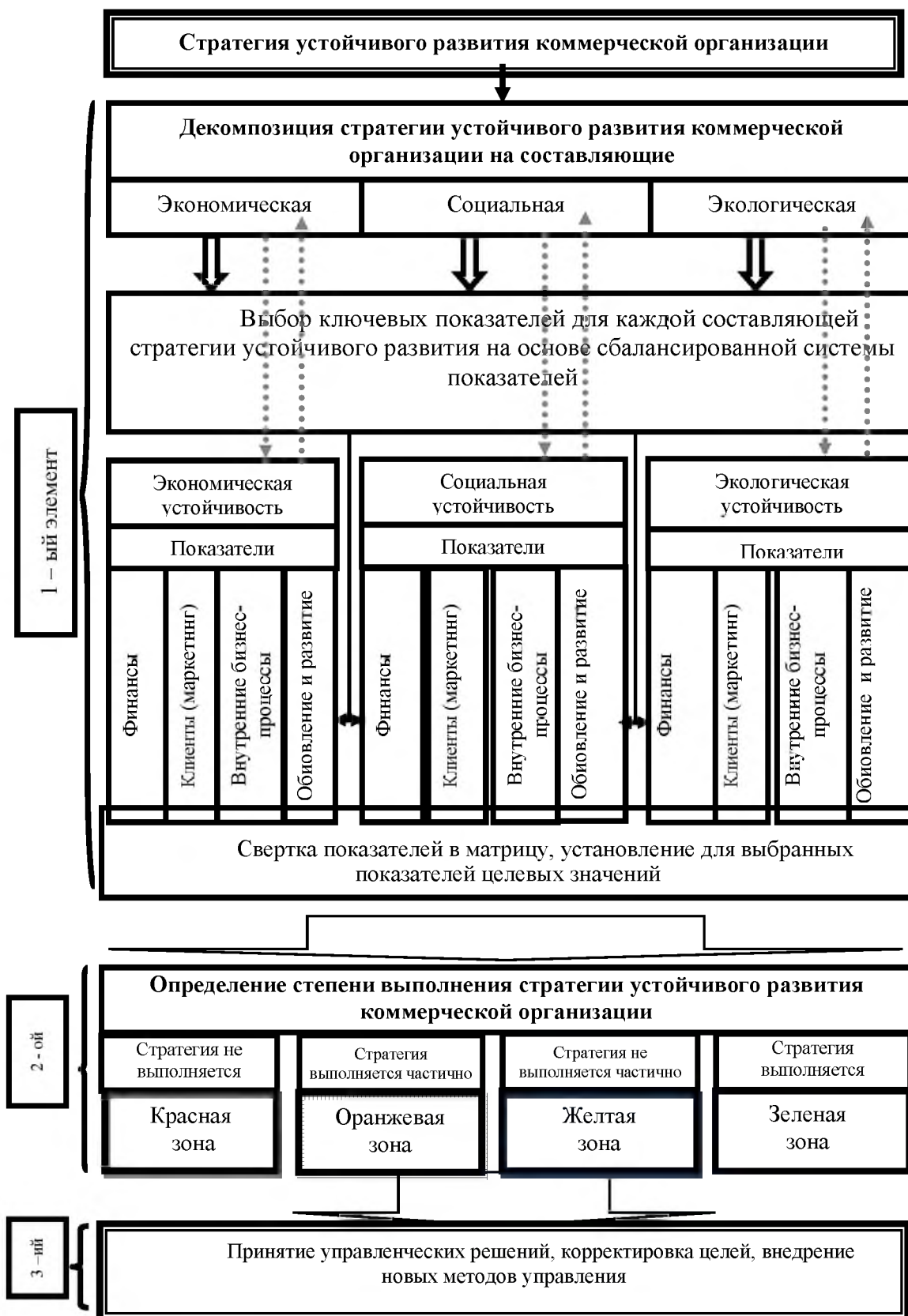


Рис. 1 – Механизм оценки выполнения стратегии устойчивого развития организации

Таблица 1 Матрица оценки выполнения стратегии устойчивого развития

Показатели ССП Составляющие устойчивого развития	Финансы	Клиенты, (маркетинг)	Внутренние бизнес- процессы	Обновление и развитие
Экономическая	Показатели	Показатели	Показатели	Показатели
Экологическая	Показатели	Показатели	Показатели	Показатели
Социальная	Показатели	Показатели	Показатели	Показатели

Таким образом, механизм оценки выполнения стратегии устойчивого развития включает в себя три основных элемента (три последовательных этапа):

- первый – декомпозиция стратегии на составляющие, выбор ключевых показателей, свертка показателей в матрицу и установление для них целевых значений;
- второй – определение степени выполнения стратегии устойчивого развития на основе разработанных критериев и присвоение им соответствующих цветовых зон;
- третий – принятие решения по корректировке целей, внедрение новых методов управления.

Первый элемент механизма отражает три составляющие стратегии устойчивого развития коммерческой организации: экономическую, социальную, экологическую, каждая из которых оценивается с помощью четырех взаимоувязанных аспектов сбалансированной системы показателей. В результате формируется двенадцать блоков (*таблица 1*), для каждого из которых был разработан набор потенциальных частных показателей [2, с. 196; 3, с. 213] для оценки выполнения стратегии устойчивого развития коммерческой организации.

Матричный подход позволяет в дальнейшем формализовать выбранные показатели, присваивая им определенные коды. Первая позиция кода (по горизонтали) – составляющие устойчивого развития: 1 – экономическая, 2 – экологическая, 3 – социальная. Вторая позиция кода (по вертикали) – аспекты сбалансированной системы показателей: 1 – финансы; 2 – клиенты (маркетинг); 3 – внутренние бизнес-процессы; 4 – обновление и развитие. Третья позиция кода – номер показателя в каждом квадранте матрицы (например, a14 – экономическая составляющая устойчивого развития и аспект ССП «обновление и развитие»). Например, шестой показатель из квадранта матрицы a14(6) – удельный вес экспорта в общем объеме реализации продукции, работ, услуг характеризует долю продукции, которая реализуется на внешний рынок.

После выбора показателей, по которым будет проводиться оценка выполнения стратегии устойчивого развития конкретной организации необходимо установить для них целевые значения. Выбор целевых показателей является прерогативой высшего руководства, которое должно ориентироваться на стратегические цели коммерческой организации. Наиболее удобной формой отбора целевых показателей и установления их значения является анкетирование ведущих топ-менеджеров. В результате обработки анкетных данных, на основании отобранных показателей, для каждого из которых установлено целевое значение формируется сбалансированная система показателей для конкретной организации, которая свертывается в матрицу целевых значений.

На этом первый элемент механизма оценки стратегии устойчивого развития заканчивается и осуществляется переход ко второму элементу – определение степени выполнения стратегии устойчивого развития на основе принятых критериев и присвоение им соответствующих цветовых зон. Для того, чтобы оценить степень выполнения стратегии, необходимо рассчитать фактические показатели отчетного периода и свернуть их в матрицу фактических значений. В результате получим две матрицы – целевых и фактических значений. После необходимо воспользоваться приемом наложения матриц. Наложение показателей матриц друг на друга необходимо проводить отдельно по всем показателям двенадцати квадрантов матриц по следующей формуле (1):

$$C_{ij}^n = \frac{\alpha_{ij}^{\phi}}{\alpha_{ij}^{\eta}}, \quad (1)$$

где C_{ij}^n – степень выполнения α_{ij} показателя квадранта рассчитанной матрицы на пересечении i -ой строки и j -ого столбца, коэф.; α_{ij}^{ϕ} – показатель квадранта матрицы фактических значений на пересечении i -ой строки и j -ого столбца; α_{ij}^{η} – показатель квадранта матрицы целевых значений на пересечении i -ой строки и j -ого столбца.

В результате расчетов образуется новая – рассчитанная матрица, исходя из которой, можно сделать вывод о степени выполнения частных целевых показателей. Однако, это еще не дает возможности оценить выполнение стратегии устойчивого развития в целом по организации. Для решения дан-

ной проблемы предлагается рассчитывать долю выполненных целевых показателей для каждого из двенадцати квадрантов матрицы (y_{ij}) по формуле (2):

$$y_{ij} = \frac{K_{вып}}{K_{общ}} \quad (2)$$

где y_{ij} – доля выполненных целевых показателей в каждом из двенадцати квадрантов матрицы, коэф., $K_{вып}$ – количество выполненных показателей в каждом квадранте матрицы, ед., $K_{общ}$ – общее количество показателей в каждом квадранте матрицы, ед.

Для интерпретации полученных результатов и определения критериев выполнения стратегических целей в каждом квадранте матрицы предлагается использовать следующие критерии. Если в квадранте матрицы доля выполненных показателей составляет до 0,35, следовательно, стратегия не выполняется, коммерческая организация находится в красной зоне. Если в квадранте матрицы доля выполненных показателей составляет от 0,35 до 0,60, следовательно, стратегия выполняется частично, коммерческая организация находится в оранжевой зоне. Если в квадранте матрицы доля выполненных показателей составляет от 0,6 до 0,8, следовательно, стратегия не выполняется частично, коммерческая организация находится в желтой зоне. Если в квадранте матрицы доля выполненных показателей составляет от 0,8 и выше, следовательно, стратегия выполняется, коммерческая организация находится в зеленой зоне.

После оценки доли выполненных целевых показателей в каждом из двенадцати квадрантов матрицы (y_{ij}), рассчитываются обобщенные показатели по каждой строке (O_{ri}) и столбцу (O_{ej}) по формуле средней арифметической простой.

Для расчета горизонтального обобщенного показателя (O_{ri}), используется формула (3):

$$Q_{ri} = \frac{y_{i1} + y_{i2} + y_{i3} + y_{i4}}{4}, \quad (3)$$

где Q_{ri} – горизонтальный обобщенный показатель степени выполнения стратегии устойчивого развития коммерческой организации для i -ой строки, коэф.; $y_{i1}, y_{i2}, y_{i3}, y_{i4}$ – доля выполненных целевых показателей в i -ой строке соответственно по аспектам ССП: «финансы», «клиенты (маркетинг)», «внутренние бизнес-процессы», «обновление и развитие», коэф.

Для расчета вертикального обобщенного показателя (O_{ej}), используется формула (4):

$$O_{ej} = \frac{y_{1j} + y_{2j} + y_{3j}}{3}, \quad (4)$$

где O_{ej} – вертикальный обобщенный показатель степени выполнения стратегии устойчивого развития коммерческой организации для j -ого столбца, коэф.; $y_{1j}, y_{2j}, y_{3j}, y_{4j}$ – доля выполненных целевых показателей соответственно по экономической, экологической и социальной составляющим устойчивого развития j -ого столбца аспекта ССП, коэф.

После определения горизонтальных и вертикальных обобщенных показателей для каждой строки и столбца расчетной матрицы необходимо рассчитать интегральный показатель либо по горизонтали (формула 5) либо по вертикали (формула 6):

Так, горизонтальный интегральный показатель ($ИП_{Г}$) рассчитывается по формуле (5):

$$ИП_{Г} = \frac{O_{r1} + O_{r2} + O_{r3}}{3}, \quad (5)$$

где $ИП_{Г}$ – горизонтальный интегральный показатель, коэф.; $O_{r1}, O_{r2}, O_{r3}, O_{r4}$ – горизонтальные обобщенные показатели для 1, 2, 3 строки, коэф.

Вертикальный интегральный показатель ($ИП_{В}$) рассчитывается по формуле (6):

$$ИП_{В} = \frac{O_{e1} + O_{e2} + O_{e3} + O_{e4}}{4} \quad (6)$$

где $ИП_{В}$ – вертикальный интегральный показатель, коэф.; $O_{e1}, O_{e2}, O_{e3}, O_{e4}$ – вертикальные обобщенные показатели для 1, 2, 3, 4 столбца, коэф.

Необходимо отметить, что горизонтальный интегральный показатель равен вертикальному интегральному показателю.

На этом второй элемент механизма оценки стратегии устойчивого развития заканчивается и осуществляется переход на третий элемент – принятие решения по корректировке целей, внедрение новых методов управления. Так например, апробация данного механизма в условиях реального бизнеса

позволила выделить наиболее проблемные вопросы обеспечения социальной составляющей устойчивого развития по таким показателям как: наличие социальных программ с целевыми клиентами и доля доплат в фонде оплаты труда за вредность.

Таким образом, предложенный механизм и методика оценки выполнения стратегии устойчивого развития на основе ССП дает оценку для принятия управленческих решений в рамках реализации миссии и долгосрочных стратегических целей коммерческой организации.

Литература

1. Давлетова Р.С. Методика оценки устойчивого развития промышленных предприятий/ Р.С. Давлетова// Экономика и социум. – 2014. – №2(11). – [Электронный ресурс]. Режим доступа: iupr.ru/domains_data/files/zurnal_11/DavletovaR.S Дата доступа: 03.02.2015
2. Касаева Т.В., Грузневич Е. С. Разработка механизма оценки выполнения стратегии устойчивого развития коммерческой организации/ Т. В. Касаева, Е. С. Грузневич// Вестник Витебского государственного технологического университета. – Витебск. – 2013. – с. 196 – 205.
3. Касаева Т.В., Грузневич Е. С. Сбалансированная система показателей в оценке стратегии устойчивого развития коммерческой организации/ Т. В. Касаева, Е. С. Грузневич// Материалы докладов Международной научно-практической конференции «Социально-экономическое развитие организаций и регионов Беларуси: эффективности и инноваций». – Витебск. – 2013. – с. 213-216

© МорГУ

ГЕОГРАФИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛА КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ МИРА В ЦЕЛЯХ РАЗВИТИЯ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

Ю.С. ДИКЕВИЧ, И.Н. ШАРУХО

In the article considered the questions of a geographical assessment of the capacity of the world cultural heritage for the purposes cognitive tourism

Ключевые слова: всемирное культурное наследие, познавательный туризм, брендинг, туристические регионы мира, культурно-исторический потенциал, ГИС-технологии в туризме

Всемирное наследие – это природные или созданные человеком объекты, приоритетными задачами по отношению к которым являются их сохранение и популяризация в силу их особой исторической или экологической значимости [1, с.43].

Культурное наследие – это наследие исторического развития цивилизации, которое накопилось на данной территории [1, с.55].

Переход культурного наследия в базовую ценность современной цивилизации повлиял на интенсивность развития познавательного туризма (один из наиболее перспективных видов туризма на мировом туристском рынке), что в свою очередь позволило решить ряд проблем по его охране.

Основными путями решения проблемы сохранения наследия являются: инвентаризация памятников, систематизация всесторонней информации о них, популяризация этой информации, повышение интереса и осознание людьми их значения, брендинг, использование памятников культурного наследия в познавательном туризме.

Объект познавательного туризма состоит из многочисленных и разнообразных продуктов отдельных поставщиков (культурных достопримечательностей), которые, в свою очередь, имеют разные цели, мотивацию и модели деятельности. В связи с этим перед исследователем возникают три основные проблемы развития познавательного туризма: сила аттрактивности отдельных культурных объектов недостаточна для мотивации массовых потоков туристов; поставщики культурных продуктов не умеют работать на туристском рынке, либо отрицательно настроены против обслуживания туристов, не обладают достаточными экономическими ресурсами для проведения дорогостоящих мероприятий по продвижению своих культурных продуктов на туристский рынок.

Для решения задач по созданию конкурентоспособного турпродукта для познавательного туризма необходимо осуществлять изучение потребностей туристов и разделять рынок на сегменты потребителей [2, с.98]. Формирование устойчивых потоков познавательного туризма в последние десятилетия решающим образом зависит от уровня информированности потенциальных туристов о предложениях на туристском рынке, повышающую туристскую активность.

Культурно-исторический потенциал любой страны выражен в ее культурном наследии. Наличие уникальных культурных объектов и их правильный брендинг гарантируют успешное развитие внутреннего и внешнего туристического рынков.

В ходе научного исследования была проведена географическая оценка культурного наследия по странам и регионам мира в целях познавательного туризма, разработаны авторские картографические материалы, в том числе, картографические модели, отражающие эти закономерности.

Литература

1. Бессараб, Д. А. География международного туризма: пособие для студентов вузов / Л. В. Штефан // География видов туризма. – 2011. – Ч. 2. – С. 224.