

Таким образом, можно сделать вывод о том, что агротуризм рассматривается как ресурс регионального и местного экономического развития, туристического имиджа территории. Основными направлениями повышения туристической привлекательности районов являются:

- усиление местного туристического потенциала, сохранение уникального природного и культурно-исторического наследия;
- развитие туристической инфраструктуры на основе базовых стандартов качества;
- создание уникальных туристических продуктов на основе разработанных программ, туристических маршрутов, экологических троп и повышение их конкурентоспособности;
- ориентация на востребованные сегодня виды экологического, аутентичного, событийного туризма;
- повышение стандартов качества обслуживания туристов на усадьбах, расширение спектра услуг.

Список использованной литературы

1. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь / под ред. И. В. Медведева [и др.]. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2020. – Режим доступа : <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/f59/f594dc1f39e85bdb5db527ba69dd2981.pdf>. – Дата доступа : 10.11.2020.
2. О мерах по развитию агротуризма в Республике Беларусь : Указ Президента Республики Беларусь от 2 июня 2006 г. № 372 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://www.mst.by/uploads/folderForLinks/000177_771513_Ukaz-372.doc. – Дата доступа : 09.10.2020.

E. A. Зинченко

Научный руководитель

E. H. Коробова

Витебский государственный технологический университет
г. Витебск, Республика Беларусь

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ОЦЕНКИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА ОРГАНИЗАЦИЙ

Проблема оценки человеческого капитала приобрела ключевое значение в настоящих условиях развития экономики. На протяжении трех веков проводились исследования в данной области знаний, что позволило выработать большое количество методик, которые различаются между собой уровнем рассмотрения человеческого капитала, используемым подходом и т. д. Помимо традиционных методов оценки, существует большое количество авторских методик. В них человеческий капитал рассматривается с наиболее важной, по мнению авторов, стороны в условиях проведения данного вида оценки. Рассмотрим некоторые из них:

1. Метод определения первоначальных и восстановительных издержек на персонал [1, с. 41–50]. Основу данного метода составляет оценка затрат фирмы на приобретение и замену персонала, а не на его содержание. Родоначальником данного метода является Эрик Флэмхольц, разработавший еще в начале 60-х гг. XX в. концепцию «Анализ человеческих ресурсов».

Данный метод предполагает расчет первоначальных и восстановительных издержек. К первой группе издержек относят издержки на найм и обучение сотрудников. Вторая же группа включает в себя прямые издержки, связанные с выплатами по увольнению сотрудника, и косвенные, связанные со снижением производительности работника перед увольнением, изменением социально-психологического климата в коллективе.

Необходимо учитывать недостаток метода: невозможность точного расчета косвенных восстановительных издержек.

2. Як Фитц-энц в своей количественной модели оценки человеческого капитала рассматривает его как основной ресурс, который обеспечивает создание добавленной стоимости организации [2, с. 530].

Исследование данного автора основано на разработке более сложных показателей, чем доход, численность персонала и прибыль, а именно, он попытался увязать между собой прибыль, расходы на деятельность, доход, заработную плату и льготы с количеством сотрудников и эквивалентами полной занятости.

В модель Я. Фитц-энца был включен показатель, отражающий реально отработанное время сотрудниками, работающими полную рабочую неделю, а также часть и время работы не-постоянной рабочей силы. На основе этого была предложена схема, отражающая взаимосвязь результатов работы сотрудников с рентабельностью организации.

В своих исследованиях Як Фитц-энц предусматривает то, что не все сотрудники заняты на полный рабочий день, поэтому был введен показатель эквивалента полной занятости (FTE). Вторым показателем, используемым в модели Як Фитц-энца, является добавленная экономическая стоимость (EVA), определяемая как разность чистого дохода за вычетом налогов и стоимости капитала.

Таким образом, добавленную человеческую экономическую стоимость (HEVA) можно определить путем отношения добавленной экономической стоимости к эквиваленту полной занятости.

Данная модель является достаточно простой и может применяться в настоящее время для оценки стоимости человеческого капитала.

3. О. Г. Ваганян отмечает, что взаимодействие некоторых составляющих человеческого капитала не имеет линейного характера, поэтому возможна только интегральная эффективность инвестиций в человеческий капитал коммерческих организаций [3, с. 84]. Автором была разработана методика оценки эффективности инвестиций, в основе которой лежит расчет коэффициента эффективности инвестиций:

$$Z = \frac{X_2 - X_1}{Y},$$

где Z – коэффициент эффективности инвестиций;

X_2, X_1 – величина человеческого капитала в конце и в начале периода соответственно;

Y – инвестиции в человеческий капитал.

Следует отметить, что необходимо использовать дисконтированные величины с учетом инфляционных процессов.

Для расчета стоимости инвестиций необходимо учитывать следующие элементы: затраты на НИОКР; затраты на повышение квалификации, получение образования; затраты социальной сферы; затраты на маркетинг, на развитие культуры организации [2, с. 90].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что расчет эффективности инвестиций в человеческий капитал предполагает два этапа [4, с. 106]:

- расчет социальной эффективности инвестиций (HCLmin);
- расчет экономической эффективности инвестиций в человеческий капитал (ROI).

Оценка социальной эффективности инвестиций представляет собой минимальный уровень человеческого капитала, а именно, минимально необходимый объем инвестиций для нормального функционирования человеческого капитала.

Второй этап предполагает оценку экономического эффекта от вложенных инвестиций. Проведение данного этапа возможно лишь после реализации какого-либо инвестиционного проекта, связанного с персоналом организации [5, с. 97]. По итогам расчета делаются выводы о целесообразности инвестиций [6]:

- $ROI < 20\%$ – неэффективное вложение инвестиций;
- $ROI = 20\%$ – уровень показателя организаций, занимающих устойчивое положение на рынке;
- $20\% < ROI < 150\%$ – вложение инвестиций было эффективным;
- $150\% < ROI < 200\%$ – данный уровень характерен «агрессивным» организациям.

Таким образом, за весь период исследований человеческого капитала было сформулировано большое количество методик для его оценки. Но несмотря на это нельзя однозначно сказать об универсальности какого-либо метода. При выборе методики необходимо отталкиваться от задач оценки, ее направленности и имеющихся данных.

Список использованной литературы

1. **Краковская, И. Н.** Измерение и оценка человеческого капитала организаций: подходы и проблемы / И. Н. Краковская // Экономический анализ: теория и практика. – 2008. – № 19. – С. 41–50.
2. **Алавердов, А. А.** Управление человеческими ресурсами организации / А. А. Аларведов. – М. : Синергия, 2012. – 678 с.
3. **Ваганян, О. Г.** Управление формированием и развитием интеллектуального капитала коммерческих организаций / О. Г. Ваганян. – М., 2012. – 161 с.
4. **Дементьева, А. Г.** Управление человеческими ресурсами: Теория и практика : учеб. / А. Г. Дементьева, М. И. Соколова. – М. : Аспект-Пресс, 2015. – 352 с.
5. **Цапенко, И. В.** Инвестиции в человеческий капитал и методы оценки их эффективности / И. В. Цапенко. – Ростов н/Д : Феникс, 2012. – 201 с.
6. **Носкова, К. А.** Влияние человеческого капитала на инновационное развитие организации / К. А. Носкова // Экономика и менеджмент инновационных технологий [Электронный ресурс]. – 2013. – № 12. – Режим доступа : <http://ekonomika.sciencedom.ru/2013/12/3414>. – Дата доступа : 30.09.2020.

A. П. Иваньков

Научный руководитель

E. A. Левченко

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республики Беларусь

СТРАТЕГИИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА

Способность малого предприятия создавать, получать и коммерциализировать новые знания на мировых рынках имеет основополагающее значение для поддержания их конкурентоспособности.

Рассмотрим некоторые из основных стратегий малого предприятия по повышению своей конкурентоспособности [1]:

- инновационная стратегия, в которой малые и средние предприятия пытаются получить соответствующие доходы от своей базы знаний;
- стратегия информационных технологий, которая предполагает инновационное использование информационных технологий с целью снижения затрат и повышения производительности;
- нишевая стратегия, в которой малое предприятие выбирают стать опытными глобальными игроками в узкой линейке продуктов;
- сетевая стратегия, в которой малое предприятие работает и сотрудничает с другими фирмами, будь то другие малые предприятия или крупные предприятия, с тем чтобы улучшить свои возможности доступа и усвоения инноваций;
- кластерная стратегия, в которой малое предприятие располагается в непосредственной близости с конкурентами с целью воспользоваться переливами знаний;
- стратегия внешних прямых инвестиций, в которых малое предприятие используют преимущества конкретных форм собственности за рубежом.

Стратегия связей или сетевая стратегия открыта для предприятий малого и среднего бизнеса, которые хотят оставаться конкурентоспособными на мировых рынках, активно участвовать в сетях и сотрудничать с другими фирмами, будь то другие малые предприятия, крупные предприятия или сочетание обоих. В изучении сетей в Силиконовой долине подчеркивается роль отдельных лиц в содействии передачи знаний через агентов, фирмы и даже отрасли [2]. Помимо концентрации квалифицированной рабочей силы, поставщиков и информации, отличающих Силиконовую долину, присутствует разнообразие региональных учреждений, включающее Стенфордский университет, торговые ассоциации, местные коммерческие предприятия, специализированные фирмы по консалтингу, исследованию рынка, связям с общественностью и венчурные компании, которые предоставляет технические, финансовые и сетевые