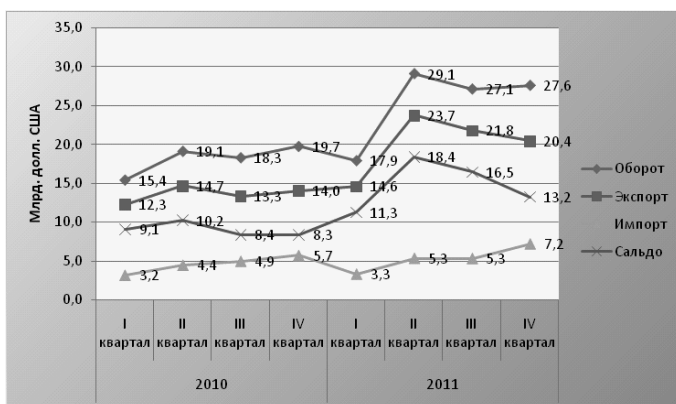


Одним из перспективных решений проблемы привлечения инвестиций в сферу гостиничных услуг Республики Беларусь является кооперация ресурсов и действий государства и частного сектора. Повышению инвестиционной привлекательности будет способствовать улучшение информационной поддержки бизнеса, разработка инвестиционных предложений с учетом целей и ресурсов потенциальных инвесторов, совершенствование нормативно-правовой базы.

## РАЗВИТИЕ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ КАЗАХСТАНА В СОСТАВЕ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА

*Абушенко К. В., Институт подготовки научных кадров Беларуси*

Суммарный объем внешней торговли Казахстана со всеми странами в 2011 г. составил 101,6 млрд дол. США, в том числе экспорт товаров — 80,5 млрд дол. США, импорт — 21,1 млрд дол. США. По сравнению с 2010 г. внешнеторговый оборот увеличился на 40,2 %, экспорт — 48,3 %, импорт — 15,9 %. Сальдо внешней торговли сложилось положительное в размере 59,4 млрд дол. США, против 36,0 млрд дол. США в 2010 г.



*Рис. 1. Данные об объемах внешней торговли Казахстана со всеми странами по кварталам 2010—2011 гг.*

Линия тренда демонстрирует выраженную тенденцию роста стоимостных объемов внешней торговли Казахстана. На протяжении 2010—2011 гг. функционирование экономики позволило создать положительное сальдо торгового баланса, однако на протяжении 2011 г. положительный рост не был равномерным. До II квартала наблюдалась тенденция роста (I квартал 11,3 млрд дол. США, II квартал 18,4 млрд дол. США), однако во второй половине года наметился небольшой спад (III квартал 16,5 млрд дол. США, IV — 13,2 млрд дол. США).

Если рассматривать объем экспорта за 2011 г. по основным товарным группам, то основную долю занимают топливно-энергетические товары (61,7 млрд дол. США) и минеральные продукты (64,4 млрд дол. США). На третьем месте по объему экспорта металлы и изделия из них (9,6 млрд дол. США).

Если рассматривать объем импорта за 2011 г., то основную долю занимают машины, оборудование и транспортные средства (10,1 млрд дол. США), продукция химической промышленности, каучук (3 млрд дол. США), продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье (2,3 млрд дол. США).

Таким образом, развитие внешней торговли Казахстана за 2011 г. характеризуется стабильным ростом. Однако стоит заметить, что страна является в первую очередь экспортером сырья, а не конечных продуктов потребления.

## **СТРУКТУРНО-ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

*Арзаматов А. И., Белорусский государственный университет*

В процессе информатизации создаются, продвигаются к пользователям и применяются в профессиональной деятельности и в быту высокие технологии на базе информационно-коммуникационных технологий путем оказания телекоммуникационных, информационных и других услуг информатизации. Развитие информатизации является важной составной частью государственной социально-экономической и научно-технической политики в продвижении страны к глобальному информационному обществу. Именно это направление определяет сегодня положение любого государства в мировом сообществе, а предпринимательство в сфере производства информации способно наиболее быстро и экономно решать проблемы реструктуризации экономики, формирования и насыщения рынка информационных товаров и услуг в условиях ограниченности финансовых ресурсов. Следовательно, развитие информационного предпринимательства, т. е. процесса создания информационных товаров, услуг, формы и наполнение которого постоянно изменяются, отражая состояние научных и прикладных разработок, требований пользовательской среды с целью получения прибыли, является одним из важнейших условий развития экономики в целом на фоне глобальной информатизации.

Цель информационного предпринимательства заключается в своевременном и наиболее полном в каждый конкретный момент времени удовлетворении потребностей в информации на различных уровнях (микро-, мезо-, макроэкономическом). Субъектами информационного предпринимательства выступают физические и юридические лица, основным результатом функционирования которых является информационный продукт или услуга.

Объект информационного предпринимательства представляет собой совокупность национальных и мировых информационных ресурсов, которые, в свою очередь, по определению Г. Р. Громова, являются собой «непосредственный продукт интеллектуальной деятельности наиболее квалифицированной и творчески активной части населения».

В связи с этим, исходя из цели, объекта и предмета можно описать структурно-функциональную модель информационного предпринимательства, включающую:

1) функции: консультационное обслуживание; сервисное обслуживание; управление финансово-хозяйственной деятельностью; организация производства; маркетинговые исследования; посредничество и сбыт; услуги образования;

2) среду информационного предпринимательства: научную; правовую; политическую; экономическую; технологическую; социально-культурную, интернет-среду;

3) рынки информационного предпринимательства: рынок деловой информации, рынок информационных услуг образования, рынок потребительской информации, рынок информации для специалистов, рынок информационно-коммуникационных технологий и др.

Непосредственно же информационное предпринимательство следует рассматривать как одну из наиболее конкурентоспособных моделей ведения бизнеса в эпоху информационного общества. В рамках этой модели реализуется информационная теория стоимости, сформулированная Д. Беллом: когда знания в своей систематической форме вовлекаются в практическую переработку ресурсов, и можно сказать, что именно знание, выступает источником стоимости.