

authorities, but the latter, due to the impersonality of tax flows coming from small businesses (and especially those sent to the "center") are not motivated to efficient development this important component of the business environment.

Thus, modern tax policy should stimulate the development of effective forms of entrepreneurship create conditions for raising the level of small business production and its profitability.

Administrative barriers in recent years are one of the most acute problems hampering the development of small and medium-sized businesses. This phenomenon not only hampers the development of business, but also contributes to the care of small and medium-sized enterprises in the "shadow" economy.

In view of the foregoing, we can say that ensuring a favorable business environment in the small business

will not only give tangible benefits to entrepreneurs, regions and the state, but will also bring public benefits in the form of a significant socio-economic effect.

#### References:

1. Support system for small and medium-sized businesses in Germany [Electronic resource], access mode: [http://vasilievaa.narod.ru/10\\_2\\_02.htm](http://vasilievaa.narod.ru/10_2_02.htm);

2. Secrets of growth: the power of Germany's Mittelstand, <http://www.telegraph.co.uk/connect/small-business/driving-growth/secrets-growth-power-of-germany-mittelstand/>

3. The Small Business Act for Europe, [https://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/small-business-act\\_en](https://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/small-business-act_en)

4. Small Business and Corporate News, <https://www.usatoday.com/money/business/>

---

## КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ЖЕЛЕЗОБЕТОННЫХ ДОРОЖНЫХ ПЛИТ

---

*Мачулка Наталья Вадимовна*

*Магистр, Воронежский опорный университет, г. Воронеж*

### АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматривается проблема производителей и потребителей железобетонных изделий. Особое внимание уделяется железобетонным дорожным плитам, их описанию и представлению о них потребителей. На основании проведенных и проанализированных опросов выделяются характерные особенности рекламной деятельности в данном направлении.

### ABSTRACT

This article considers the problem of producers and consumers of concrete products. Special attention is given to reinforced concrete road plates, their description and representation of consumers. On the basis of the conducted and analyzed survey identifies typical features of advertising activity in this direction.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, железобетон, дорожные плиты, качество изделий.

**Keywords:** competitiveness, reinforced concrete, road slabs, the quality of the products.

В настоящее время при строительстве дорог различного назначения применяется морально устаревшая, дорогая и «медленная» технология асфальтобетонного покрытия. Данная технология не всегда пригодна для климата России, так как требует частого ремонта покрытия и приводит в финансово-технологический тупик. Выходом из него могло бы стать использование бетонных изделий, в частности применение железобетонных дорожных плит.

Железобетонные дорожные плиты производятся из тяжелых бетонов и напряженной или ненапряженной арматуры, предназначаются для прокладки временных и постоянных дорог, обустройства аэродромов и площадок под движение многотоннажного автотранспорта и строительной техники. Железобетонные дорожные плиты являются неотъемлемой частью современного дорожного строительства, так как при сегодняшних темпах возведения промышленных и жилых зон, необходимо обеспечить высокопрочные и долговечные подъездные пути [1].

Например, современные дорожные плиты способны выдержать нагрузку транспорта Н10 и Н30 (нагрузка Н-10 может использоваться только для проезда легковых автомашин весом не более 10 тонн, либо в качестве пешеходных зон, нагрузка Н-

30 предназначена для проезда большегрузного транспорта массой до 30 тонн), а также применяются при температурах до -40°С и могут использоваться в любых климатических зонах нашей страны. Железобетонные дорожные плиты значительно сокращают время прокладки дорог, а их устройство оказывается зачастую значительно дешевле укладки асфальтобетона. Если предполагается масштабное строительство продолжительностью в несколько лет, то целесообразно использовать дорожные плиты, так как асфальт за длительное время эксплуатации придет в полную непригодность. Дорожные плиты просты в применении и легки в укладке. Для устройства дорог и взлетных полос на аэродромах используются плиты дорожные, рассчитанные на повышенные нагрузки. Применять такие плиты можно не только при обустройстве аэродромов, но и при возведении любых строительных дорог. Дорожные железобетонные плиты характеризуются ровностью укладки и обеспечивают дорожное полотно оптимальным сцеплением и безопасностью при использовании. Плиты дорожные могут быть выполнены в абсолютно различных конфигурациях, что позволяет воплотить любые строительные проекты при прокладке дорог [2].

Несомненным преимуществом дорожных плит

является то, что они легко переносятся на новый объект и могут использоваться вторично. Например, для прокладки временного дорожного покрытия на строительстве объектов. Выровняли грунт, подсыпали песок, уложили дорожные плиты и дорога готова. Быстро, а главное — дешево.

Остановимся на качестве изделий, ведь именно качество продукции является одним из определяющих факторов конкурентоспособности. Для этого сначала сформируем совокупность потребительских параметров продукта, которые отражают качество товара и степень удовлетворения потребностей покупателя, а затем выявим наиболее важный.

Данный опрос был проведен в виде анкетирования, а экспертами выступали две группы опрошенных. Первую группу представляли эксперты,

которые непосредственно связаны с производством железобетонных изделий и имеют представление об их свойствах и правилах эксплуатации. Вторую группу экспертов представляли статистические потребители: заказчики, водители, диспетчера и другие - люди незаинтересованные в технологии и свойствах, они заинтересованы в качестве. Благодаря данному анкетированию мы выявили свойства изделия, в которых заинтересованы обе группы экспертов, сравнили их и проанализировали.

Анкета представляет собой опросный лист с перечнем свойств плиты дорожной железобетонной. Для двух групп экспертов анкеты были идентичны. Пример анкеты представлен на рисунке 1.

<p><b>Уважаемый эксперт!</b>  <b>Просим Вас рассмотреть представленный перечень свойств железобетонной дорожной плиты и оценить их значимость для потребителя по группе потребительских свойств по шкале от 1 до 6.</b>  <b>Самому значимому свойству присваивается наивысший балл.</b>  <b>Значение балльной оценки для различных свойств не должно повторяться</b>  <b>Перечень свойств</b></p>	
1.Прочность	
2.Морозостойкость	
3.Водонепроницаемость	
4.Отклонение по геометрическим параметрам	
5.Стойкость к химическим реагентам	
6.Степень заводской готовности	

Рисунок 1. Пример анкеты для опроса

После сбора опросных данных оценивается степень согласованности мнений экспертов. Для этого рассчитывается коэффициент конкордации, который показывает, существует ли неслучайная согласованность экспертов: для первой группы  $W=0,79$ ; для второй группы  $W=0,71$ , что является

хорошими показателями согласованности экспертов [3].

Далее, зная что мнения экспертов достоверны мы вычислили коэффициенты весомости для каждого показателя и для каждой из групп. Данные расчетов по двум группам экспертов приведены в таблице 1.

Таблица 1.

## Расчет коэффициентов весомости по двум группам экспертов

Наименование свойств	Значение балльной оценки экспертов, М										Средний коэффициент весомости $M' = M / 6$	Общая сумма средних коэффициентов весомости $\sum M'$	Коэффициент весомости для каждого показателя $M_i = M' / \sum M'$
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
	1 группа экспертов												
1. Прочность бетона, МПа	6	5	6	5	6	6	6	6	6	6	9,6	0,27	
2. Морозостойкость, число циклов F	5	6	4	6	5	5	4	5	5	5	8,3		
3. Водонепроницаемость (водостойкость), коэффициент водонепроницаемости W	4	3	3	3	4	4	5	3	4	4	6,2	34,9	0,17
4. Отклонение по геометрическим параметрам	1	1	1	1	3	3	1	2	3	3	2,8		
5. Стойкость к хим.реагентам	3	4	5	4	3	2	2	4	1	2	5	0,14	
6. Степень заводской готовности	2	2	2	2	2	1	1	2	3	1	3		
Сумма баллов по каждому эксперту	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21		0,9	
	2 группа экспертов												
1. Прочность бетона, МПа	6	6	4	6	5	6	5	6	6	5	9,2	0,27	
2. Морозостойкость, число циклов F	4	4	5	5	6	5	6	4	5	6	8,3		
3. Водонепроницаемость (водостойкость), коэффициент водонепроницаемости W	1	3	3	3	2	4	1	2	4	3	4,3	34,4	0,125
4. Отклонение по геометрическим параметрам	2	5	6	2	3	3	3	3	2	2	4,6		
5. Стойкость к хим.реагентам	5	2	2	4	4	2	4	5	3	4	5,8	0,133	
6. Степень заводской готовности	3	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2,2		
Сумма баллов по каждому эксперту	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21		0,06	

Таким образом, по результатам таблицы 1 мы выявили мнения экспертов и теперь можем сделать

вывод о том, каким же из свойств они отдали предпочтение. Результаты мнений экспертов представлены в таблице 2.

Таблица 2.

Рейтинг свойств по мнению экспертов.

Наименование свойств	Прочность бетона, МПа	Морозостойкость, число циклов F	Водонепроницаемость (водостойкость), коэффициент водонепроницаемости W	Отклонение по геометрическим параметрам	Стойкость к хим.реагентам	Степень заводской готовности
1 группа экспертов	1	2	3	6	4	5
2 группа экспертов	1	2	5	4	3	6

Итак, по итогам опроса экспертов их мнения совпали только по первым двум свойствам. Это прочность и морозостойкость. Далее точки зрения респондентов разошлись. Для экспертов 2 группы наиболее важными остались: стойкость к химическим реагентам и отклонения по геометрии, а для «производителей» естественно водонепроницаемость и только потом стойкость к химическим реагентам, при этом отклонения по геометрии на последнем месте для них. А если говорить о степени заводской готовности, то ни 1 ни 2 группы не выделили их, в связи с тем что если товар качественный, то он уже готов-мнение 1 группы экспертов, а вот 2 группа опрошенных экспертов об этом пункте в 70% случаях даже не имела представления о чем идет речь.

Вот так, на примере редкого для простого потребителя (2 группа экспертов) товара -железобетонных дорожных плит можно сделать вывод о том

,что для рекламы товара не обязательно «хвататься» всеми свойствами своего товара, достаточно знать что нужно потребителю и оперировать этими фактами.

#### Список литературы:

1. Ю.М. Баженов, А.Г. Комар Технология бетонных и железобетонных изделий, М: Стройиздат,1984.- 672 с.
2. ГОСТ 21924.2-84 Плиты железобетонные с ненапрягаемой арматурой для покрытий городских дорог. Конструкция и размеры (с Изменением N 1) [Текст]. Введ. 1985-01-01 М.: Издательство стандартов, 1985-15с.
3. Маркетинговая исследования рынка строительной продукции: метод. указания по выполнению курсовой работы для магистрантов направления 08.04.01 – «Строительство» программа «Маркетинг строительных материалов, изделий и конструкций» / ВГТУ; Сост.: И.И. Акулова. – Воронеж, 2017. - 24 с.

## РОЛЬ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РАЗВИТИИ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

*Недосек Т.В.*

*Академия Управления при Президенте Республики Беларусь, г.Минск, магистрант*

Целью статьи является изучение механизма взаимодействия банковского и реального секторов экономики в действующих экономических условиях.

Актуальность рассматриваемого вопроса обусловлена ролью реального сектора экономики в укреплении стабильности Республики Беларусь и участием банковского сектора в инвестиционной деятельности, направленной на дальнейшее развитие реального сектора.

**Ключевые слова:** банковский сектор, реальный сектор, взаимодействие, задолженность по кредитам и займам, проблемные активы, инвестиционная деятельность.

**Keywords** bank sector, real sector, co-operation, debt on the credits and loans, problem assets, investment activities

Эффективное взаимодействие банковского и промышленного капитала является необходимым фактором развития рыночной экономики и важным элементом ее структурной перестройки экономики, а также значительным резервом экономического роста.

Взятый в Республике Беларусь курс на формирование рыночных отношений невозможен без качественного развития банковского и реального секторов экономики.

В данной статье анализируется развитие банковского и реального секторов экономики, выявляются проблемные вопросы в их деятельности, в том числе в части их взаимодействия.

Банковское кредитование экономики, осуществляемое в оптимальных (необременительных) объемах по разумным процентным ставкам, служит фактором выравнивания потребительских возможностей для населения и источником инвестиций в