

Министерство образования Республики Беларусь
Полесский государственный университет
Экономический факультет

Белорусский национальный технический университет (г. Минск, Беларусь)
Полоцкий государственный университет (г. Новополоцк, Беларусь)
Санкт–Петербургский государственный институт культуры
(г. Санкт–Петербург, Россия)

Воронежский государственный университет инженерных технологий
(г. Воронеж, Россия)

Луцкий национальный технический университет (г. Луцк, Украина)
Национальный университет водного хозяйства и природопользования
(г. Ровно, Украина)

Торуньский университет имени Николая Коперника
(г. Торунь, Польша)

Одесский национальный экономический университет (г. Одесса, Украина)

СБОРНИК
трудов XII международной
научно–практической конференции
”Устойчивое развитие экономики:
состояние, проблемы, перспективы“

Полесский государственный университет,
г. Пинск, Республика Беларусь,
27 апреля 2018 г.

Пинск 2018

УДК 330 (476.7)
ББК 65.9 (4Бел)
У 81

Редакционная коллегия:
Шебеко К.К. (гл. редактор),
Васильченко А.О., Зборина И.М., Золотарева О.А.,
Игнатенко Ю.В., Кручинский Н.Г., Лозицкий В.Л.,
Чеплянский Ю.В., Шумак Ж.Г.

Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы: сборник трудов XII международной научно–практической конференции, УО ”Полесский государственный университет“, г. Пинск, 27 апреля 2018 г. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.]; редкол.: К.К. Шебеко [и др.]. – Пинск : ПолесГУ, 2018. – 268 с.

ISBN 978–985–516–521–8

Приведены материалы участников XII международной научно–практической конференции ”Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы“.
Материалы изложены в авторской редакции.

УДК 330 (476.7)
ББК 65.9 (4Бел)

ISBN 978–985–516–521–8

© УО ”Полесский государственный университет”, 2018

СОДЕРЖАНИЕ

ПРОБЛЕМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Алесина Н.К. Использование веб–сайтов производственных организаций для повышения эффективности работы на рынке товаров и услуг.....	3
Бадыев М.А. Особенности применения концепции устойчивого развития в странах с переходной экономикой.....	5
Бондарь Т.Е. Инновационные возможности роста национальной экономики.....	7
Буркова О.С. Анализ тенденций социально–экономического развития Республики Беларусь.....	9
Бушкевич Я.В. Уровень конкурентоспособности отечественной продукции: проблемы и перспективы.....	11
Васильева А.В., Каргинова В.В. Трудовой потенциал населения старшего возраста и его использование в экономике региона.....	13
Вахильчук И.В. Пути снижения себестоимости продукции на предприятиях.....	15
Волкова Н.В., Шагун В.И. Формирование глобальной конкурентоспособности предприятий в современных условиях.....	16
Володько П.Л. Определение взаимосвязи нормы и эффективности накопления основного капитала.....	18
Воронин С.М. Стратегический анализ положения и перспектив машиностроения Беларуси.....	20
Гаврилик О.Н. Социально–экономические факторы модернизации денежных отношений.....	21
Герцева А.В. Диверсификация как инструмент управления развитием организации..	23
Глушко Н.А. Венчурное финансирование в Республике Беларусь.....	25
Грибов А.В. Диверсификация рынков сбыта сельскохозяйственной продукции и продуктов питания для устойчивого развития экономики Беларуси.....	27
Григорьева Я.И. Оценка достаточности капитала банка как новая мера регулирования величины принимаемых им рисков.....	29
Данилович И.Д., Конончук И.А. Проблемы инвестиций банков Республики Беларусь.....	30
Егорова О.В. Направления совершенствования кормопроизводства как связующей отрасли животноводства и растениеводства.....	32
Зельман К.Г. Риски, связанные с сельскохозяйственным производством.....	34
Иванов В.Ф. Долгосрочный прогноз научно–технологического развития Беларуси....	35
Игнатенко Ю.В. Устойчивое развитие экономики Республики Беларусь и государственно–частное партнерство.....	36
Каргинова В.В. О формировании парадигмы исследования экономической безопасности региона.....	38
Kievich A.V. De-dollarization of the world economy as an objective reality.....	40
Kievich D.A. General characteristic of public debt of the Republic of Belarus.....	42
Кичан Е.И., Малевский Э.З. Автоматизация процессов управления денежными потоками в организациях Республики Беларусь.....	44
Ковалевская Д.А. Проблематика автоматизации бухгалтерского учета в общественном питании.....	46
Колб А.А. Услуги интеллектуального характера в инновационно–промышленном кластере.....	48
Конончук И.А. Проблемы реализации метода расчета НДС.....	50
Крумния В.А. Государственно–частное партнерство как инструмент решения социально–экономических задач.....	52
Купрейчик Д.В. Налоговая нагрузка и пути ее оптимизации в современных условиях.....	53
Лебедевич М.В., Король А.Г. Отраслевые особенности проведения	55

производственного соревнования в АПК.....	
Лизакова Р.А., Бердин А.Ю. Создание совместного предприятия как один из вариантов промежуточной экспортной стратегии.....	57
Лин С.Д. Жилищные условия сельских жителей Беларуси в системе социально-экономических показателей воспроизводства населения.....	59
Ломако И.А., Киевич А.В. Импортозамещение в постиндустриальной экономике как фактор обеспечения национальной безопасности, роста и развития.....	61
Лягуская Н.В. Приоритетные направления развития подкомплекса нетрадиционных культур Республики Беларусь.....	62
Мазуренко О.М. Динамика скорректированных чистых накоплений в Республике Беларусь.....	65
Матвійчук Л.Ю., Лепкий М.І., Масечко І.В. Вплив сільського зеленого туризму на зайнятість сільського населення України.....	67
Мелешко Ю.В. Становление мирового рынка промышленного интернета вещей.....	69
Меліхова Т.Л. Політика ресурсозбереження в економічному розвитку регіональних центрів України (на прикладі м. Рівного).....	71
Моисеева Д.В., Богатырева В.А. Организационные инновации в России: анализ статистической информации.....	73
Морецкая А.В., Невар Н.А., Володько О.В. Финансовое обеспечение учреждений образования в Республике Беларусь.....	76
Одинцова Т.М. Развитие видов бухгалтерского учета в условиях информационной экономики.....	77
Онищук А.В. Стратегия финансового инвестирования на основе современной портфельной теории.....	79
Орешникова О.В. Современные тенденции развития органического производства в Беларуси.....	81
Паршутич О.А. Конкурентоспособность регионов страны.....	83
Печень В.С. Особенности экспорта услуг Могилевской области.....	85
Пигаль П.Б., Смешек Э.Ю., Дрозд В.Ю. О внедрении на предприятиях АПК Беларуси топливных сонохимических технологий.....	87
Пилипенко В.В. Проблемы достижения экобалансированного розвитку в умовах сучасної технологічної революції.....	90
Попов А.В. Негативные последствия трансформации занятости в контексте устойчивого развития территорий.....	92
Потапюк Л.М., Потапюк Г.П. Інформаційна безпека як складова економічної безпеки підприємства.....	94
Прокурат А.С. Развитие принципов и элементов построения системы налогового риск-менеджмента государства и организаций налогоплательщиков в Республике Беларусь.....	96
Рошка Т.Б., Вабишевич И.Н. Совершенствование системы стимулирования экономики материальных ресурсов на сельскохозяйственном предприятии.....	99
Самолук Н.М., Юрчик Г.М. Фінансове забезпечення розвитку малого та середнього підприємництва на основі кредитування.....	101
Сергиевич Т.В. Трудовая мотивация и производство товаров интенсивного обновления.....	104
Сидская О.В. Кластерный анализ как инструмент оценки активов банков.....	106
Соловьева Т.С. Социальные инновации как фактор территориального развития.....	107
Солодовников С.Ю. Особенности национальной структурной политики в контексте кризиса наноиндустрии.....	109
Сорочинская Н.Л. Анализ финансового состояния хозяйствующих субъектов как инструмент принятия управленческих решений.....	111
Тишина Л.И. Межотраслевой инструментарий принятия управленческих.....	112

решений в области импортопотребления.....	
Тулейко Е.В. Государственно–частное партнерство в сфере образования как фактор устойчивого развития экономики.....	114
Федоренко В.А. Наука и инновации – стратегические ориентиры экономического роста Республики Беларусь.....	117
Харитончик А.И. Факторы гетерогенности монетарной трансмиссии в развивающихся странах.....	119
Хмель О.А. Партнёрство кластерного типа для повышения эффективности образовательной сферы.....	120
Хованская М.М. Проблемы и перспективы развития птицеводства в Республике Беларусь.....	122
Чернорук С.В., Лобан Т.Н. Системное развитие почтово–банковского бизнеса в Республике Беларусь.....	124
Шестакович Н.К., Филипенко В.С., Тихоновская Ю.О. Перевод сельскохозяйственного производства с традиционного на органическое земледелие....	126
Шилова Я.В. Теоретические аспекты анализа ликвидности и платежеспособности организаций.....	128
Щурок Э.М. Особенности внутриреспубликанской миграции населения: социологический анализ.....	130
Юй Лань Взаимная торговля Республики Беларусь и Китайской Народной Республики в сфере деловых услуг.....	132
Якубович В.И. Иностраннные инвестиции как фактор устойчивого роста национальной экономики.....	134
РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ СЛОЖНО–ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР: СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ	
Володько О.В., Володько Л.П. Интеграционное взаимодействие малого и среднего бизнеса на основе кластеризации.....	137
Гилка М.Д. Агрохолдинг как новая организационная форма хозяйствования в аграрном секторе экономики Украины.....	139
Грабар Р.Н., Шумак Ж.Г. Значение кластеров в сфере креативной экономики для развития социально–экономической системы города.....	141
Добрмян Т.А., Горковенко Е.И. Направления снижения себестоимости сельскохозяйственной продукции.....	143
Зборина И.М. Креативные индустрии как ключевой фактор регионального развития..	145
Киндаев А.Ю. Обеспечение устойчивости производства в сельском хозяйстве.....	147
Короб А.Н. Перспективные направления осуществления предпринимательской деятельности в сфере бухгалтерского учета на базе университета.....	149
Купрейчик М.И. Пути повышения эффективности использования материальных ресурсов в филиале Пинские электрические сети РУП ”Брестэнерго“.....	152
Филипенко В.С., Орешникова О.В., Тыновец С.В. Оптимизация структуры посадочных площадей органических ягодных культур.....	154
Чмыр Н.Н. Кластерная политика как инновационный механизм повышения эффективности территориально–отраслевой государственной политики.....	156
Шлык Н.Л. Территории опережающего развития как инструмент роста региональной экономики.....	158
Шулейко Д.Ч. Опыт развития кластерных инициатив в странах Европейского Союза.....	159
Шумак Ж.Г. Оценка ресурсного потенциала предприятия на основе комплексного подхода.....	161
ПРОБЛЕМЫ МАРКЕТИНГА И МЕНЕДЖМЕНТА В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ	

Алексиевич В.Н., Курьян Т.И. Социально–ответственный маркетинг в Республике Беларусь.....	164
Алесина Н.К. Развитие маркетинга в условиях инновационной экономики.....	165
Артеменко Т.В. «Истории успеха» как инструмент мотивации начала или развития экспортной деятельности.....	167
Бондарчук А.Э., Паршутич О.А. Особенности сбыта хлебобулочных изделий в Республике Беларусь.....	169
Бондарчук А.Э. Методические подходы к оценке эффективности сбытовой деятельности предприятий.....	171
Варакулина М.В., Ходжамырадов Б.Х. Управление маркетингом на предприятии: современные подходы.....	173
Войтович В.М. Особенности инновационного менеджмента на современном этапе.....	174
Ворошина Е.В. Налоговое стимулирование инновационного развития предприятий в Республике Беларусь.....	176
Гуща П.В. Оплата труда работников молочного скотоводства с различными уровнями механизации работ.....	178
Дербинская Е.А., Касперович С.А. Основные подходы к трактовке содержания понятия риска.....	180
Ермакова Т.А. Концепция ВРМ и электронный бизнес.....	181
Завидівська О.І., Федак К.В. Менеджмент здоров'я як фактор підвищення якості життя працівників.....	183
Казушик А.А. Собственные товарные марки как тренд современного маркетинга.....	184
Калинин А.В. Специфика маркетинга услуг высшего образования Республики Беларусь.....	186
Колосов Г.В. Методика анализа основных принципов государственного контроля земельного рынка.....	187
Корхова О.Н. Сущность мотивации и стимулирования труда.....	190
Кривецкая А.С. Теоретические аспекты конкурентоспособности региона.....	191
Курылева В.В., Аракчеева З.В. Психолингвистические методы НЛП в продажах.....	193
Маковская Н.В., Чегерова Т.И. Качество трудовой жизни в Беларуси через оценки удовлетворенности трудом.....	195
Moroż E. Problemy przedsiębiorstw wodno–ściekowych w Polsce.....	196
Недашковская Н.С., Родцевич Н.Г. Направления стратегии сбыта в организациях швейной промышленности (на примере ОАО «Славянка»).....	197
Парфенюк В.В., Морецкая А.В., Невар Н.А. Методика профедения SWOT–анализа на предприятиях сферы услуг.....	199
Рудь Н.Т. Креативність як основа менеджменту інноваційної організації.....	200
Сачковская А.Г. Омниканальные коммуникации в современной маркетинговой системе.....	203
Тарасевич О.А. Оценка эффективности брендинга ОАО «Минский тракторный завод».....	204
Хмельницкая Е.В. Организация маркетинговой деятельности на деревообрабатывающих и мебельных предприятиях Республики Беларусь.....	206
ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СФЕРЫ	
ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА	
Боярчук Т.Н. Туристический потенциал культурно–исторического наследия Гродненской области в развитии въездного туризма Республики Беларусь.....	209
Власова А.А. К вопросу об агроэкотуризме.....	211
Гречишкина Е.А. Развитие лечебно–оздоровительного туризма в Республике Беларусь.....	213
Демьянов С.А. Особенности реализации кластерной концепции развития агроэкотуризма в	215

Республике Беларусь.....	
Еленская И.Э. Ивент как фактор устойчивого развития туризма в г. Пинске.....	217
Журавлева Н.Б. Музейная анимация в контексте экскурсионно–туристической деятельности.....	219
Лисовский Л.А., Ахраменко П.Е., Киселевич Т.С. Развитие сферы агротуризма и гостеприимства на Мозырщине.....	221
Мезенцева І.В. Розвиток туризму в національному природному парку «Прип'ять – Стохід».....	223
Невар Н.А., Морецкая А.В., Парфенюк В.В. Анализ состояния санаторно–курортного хозяйства Брестской области.....	225
Скварнюк И.Ф., Словик С.В. Ресторанно–гостиничная инфраструктура в Гродно: становление и развитие.....	227
Словік С.У. Шляхецкія сядзібы Гродзеншчыны ХІХ і ХХ як турыстычныя і экскурсійныя аб'екты.....	228
Шакен А.Ш., Плохих Р.В. Современные трактовки понятия «агротуризм».....	231
Шерстобитов А.В. Некоторые аспекты совершенствования агроэкотуристической деятельности.....	233
Штеер О.В. Бренд территории как инструмент устойчивого развития сферы туризма и гостеприимства.....	234
СОЦИОГУМАНИТАРНЫЕ И ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ МОДЕРНИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА	
Видзяйло А.В. Мотивация персонала и использование форм материального стимулирования на предприятии.....	237
Жылевіч В.Ф. Анатолий Франс як філософ.....	239
Каленчук Э.Н. Особенности трактовки категории «понимание» в работах А.А. Брудного.....	241
Макарушко В.В. Консалтинговая составляющая инфраструктуры кластера.....	242
Микелевич Е.Б. Различия в показателях социально–психологической адаптации мужчин и женщин с различными стратегиями совладания с завистью в служебных отношениях.....	244
Орлова А.В. Предпринимательская активность женщин в европейских странах.....	247
Піменова О.О. Соціальне самовизначення молоді через розвиток суб'єктності як ресурс модернізації суспільства.....	249
Прокуда О.Ю. Правовое положение страховщика в отношениях по добровольному медицинскому страхованию.....	249
Телятицкая Т.В. О путях сближения административно–деликтного законодательства стран ЕАЭС.....	252
Толкач И.Ф. Особенности формирования образа «Я» студентов технических специальностей.....	254
Цуба М.В., Цуба Н.М. Грамадска–культурная дзейнасць студэнцкай і вучнёўскай моладзі напярэдадні Першай сусветнай вайны.....	256
Шубала І.В. Тенденції зміни заробітної плати як основи формування доходів населення.....	258
Шубалий О.М. Основні засади політики соціального захисту населення.....	259
Шульга М.Л. Психологические особенности буллинга в подростковом и юношеском возрасте.....	260

УДК 339.138

НАПРАВЛЕНИЯ СТРАТЕГИИ СБЫТА В ОРГАНИЗАЦИЯХ ШВЕЙНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «СЛАВЯНКА»)

Н.С. Недашковская, Н.Г. Родцевич

Барановичский государственный университет», nns_53@mail.ru

Швейная промышленность играет важную роль в экономике Республики Беларусь. Ассортимент швейных изделий включает в себя одежду и другие швейные изделия, не относящиеся к одежде. Наибольший удельный вес в ассортименте швейных изделий занимает одежда.

Одной из главных задач в условиях рыночной экономики является увеличение объемов производства высококачественной продукции с рациональной структурой ее ассортимента на основе изучения спроса и потребностей населения. [1].

ОАО «Славянка» является производителем одежды торговой марки «Славянка», «SLV». Основной целью деятельности предприятия является выпуск продукции, отвечающей высокому

уровню качества, обладающей соответствующими технологическими и эксплуатационными характеристиками, способной принести предприятию максимальную прибыль. Все выпускаемые коллекции, отличаются широким ассортиментом, разнообразной цветовой гаммой, современным дизайном, высоким качеством. Ежегодное обновление моделей составляет в среднем 90%.

На протяжении последних лет идет процесс увеличения объемов производства. Так, за 2017 год произведено 207,92 тыс.ед. изделий, что на 15,1% больше по сравнению с 2016 г. (180 тыс.ед.). В 2018 г. планируется произвести 216 тыс. изделий, темп роста к 2017 г. составит 103,9%.

Начиная с 2016 года, предприятием разработана и внедрена в производство технология изделий из натурального пуха, с 2017 года предприятие освоило производство изделий из синтетического пуха «Гермобол» который обладает легкостью и хорошими теплозащитными свойствами, выпуск в 2017 году составил 3000 единиц. Новинкой сезона 2017 явилась коллекция изделий из натуральной кожи (пальто, куртки).

Продукция ОАО «Славянка» преимущественно продается на рынке Республики Беларусь и рынке Российской Федерации.

Рынок одежды в РБ находится на стадии зрелости, и как каждому рынку на этой стадии ему присущи следующие черты:

- высокая конкуренция (на рынке присутствует множество продавцов и производителей товара)
- низкий темп роста рынка (ввиду снижения общей покупательной способности населения на протяжении 2016–2017 гг. и уменьшения количества действующих и платежеспособных организаций торговли и ИП темпы роста рынка практически отсутствуют);
- спрос гораздо меньше предложения.

В настоящее время основными поставщиками одежды на рынок РБ являются: крупные белорусские производители; частные белорусские производители; иностранные производители (Россия, Польша); индивидуальные предприниматели (Китай, Турция); среднеазиатские производители; интернет–площадки; магазины «Second Hand».

К ведущим **белорусским производителям** относятся: ОАО «Элема»; ЗАО «Калинка», ОАО «Знамя индустриализации», ОАО «Жлобинская швейная фабрика», ОАО «БелКредо» и другие.

Изделия ОАО «Славянка» продаются, в основном, через фирменную торговлю, магазины и универмаги (ЦУМ, ГУМ, ТД «На Немиге» и др.), магазины потребительской кооперации; сеть магазинов Буслик, крупные интернет–магазины товаров (Wildberries).

Сильными сторонами хозяйственной деятельности ОАО «Славянка» являются: широкий ассортимент и внешний вид продукции; качество товара; низкая цена, а слабыми – рекламная активность и знание торговой марки потребителями.

Для разработки стратегии работы на рынке необходимо учесть, что: продукция ОАО «Славянка» имеет средний ценовой диапазон и занимает одну из крупнейших долей рынка верхней одежды в РБ.

В условиях постоянно растущей конкуренции, невозможности значительного снижения издержек и цены изделий, предприятие может конкурировать только с помощью различных маркетинговых инструментов, целями которых являются:

- повышение экономической ценности товара для покупателя за счет придания ему дополнительных свойств (постоянное обновление модельного ряда, создание модной одежды, применение современных и инновационных материалов);
- повышение качества товара;
- стимулирование первичного спроса за счет рекламной деятельности, акцентирующей новые свойства товара (соцсети, интернет, баннеры, радио, газеты, показы мод, выставки и др.);
- расширение для покупателей возможности купить товар за счет создания эффективных систем продаж (обучение продавцов в торговых объектах, сезонные скидки и акции, развитие товаропроводящей сети, интернет–торговля и др.).

Следует отметить, что объем реализации продукции в натуральном выражении в 2017г. по сравнению с 2016г. снизился на 34 902 ед. и составил 273 335 ед. (темп роста 88,6%).

И хотя затраты на рекламные мероприятия в 2013–2017 гг. имеют тенденцию к росту, однако произошло значительное уменьшение количества покупателей, сотрудничающих с предприятием. Их снижение связано с уменьшением покупательской активности. Повлияло также снижение общего количества организаций потребительской кооперации, выступающих в качестве покупателей продук-

ции. Массовая неплатежеспособность организаций потребительской кооперации делает сотрудничество с ними экономически нецелесообразным.

На протяжении 2015–2017 гг. наблюдается и продолжается тенденция к уменьшению в целом на внутреннем рынке действующих организаций торговли, подчиненных ранее министерству торговли, особенно это ярко выражено в небольших городах и областных центрах.

Наиболее крупным покупателем продукции ОАО является собственная фирменная торговля, представленная 8 фирменными магазинами. Удельный вес фирменной торговли в общем объеме реализации составляет 11,3%.

Вторым крупным покупателем продукции предприятия является сеть детских магазинов СОО «ТПГ ВЕСТ ОСТ ЮНИОН», на которую приходится 9,0% реализации. В целом, в группу А покупателей входят основные минские универмаги, Борисов «Веста», Слуцкий «Универмаг», Витебский «Универмаг». Во вторую группу Б входят интернет-магазин «Wildberries», Лида «Дом Торговли», Солигорский «Универмаг».

Считаем, что увеличение объемов реализации изделий возможно за счет следующих мероприятий: расширение товаропроводящей сети; увеличение объемов реализации через интернет-площадку Wildberries; заключение договора на поставку с интернет-магазином Lamoda; проведение в организациях торговли регулярных акций в связи с окончанием сезона, участие в днях скидок.

Необходимо продолжить развитие фирменной товаропроводящей сети, так как магазины обеспечивают ежедневное поступление денежной выручки на счета предприятия; реализация продукции в восьми магазинах по итогам 2017г. составила 1 287 210р. или 14,7% от общего товарооборота, что фактически делает фирменную торговлю крупнейшим продавцом продукции фирмы на рынке РБ и при этом объекты ТПС позволяют производить реализацию изделий коллекций прошлых лет выпуска, уже невостребованных организациями торговли.

Направлениями стратегии сбыта в ОАО «Славянка» могут быть:

- постоянное изучение спроса покупателей на ассортимент и качество продукции;
- использование привлекательных цен на изделия, применение системы скидок;
- участие в выставочных мероприятиях с целью формирования базы потенциальных клиентов;
- развитие собственной товаропроводящей сети
- активизация взаимодействия с интернет-магазинами.

Таким образом, проведенные исследования показывают, что закреплению на действующих рынках и завоеванию новых будет способствовать правильно выбранная стратегия продвижения продукции предприятия.

Список использованных источников:

1. Экономика предприятия (организации): учебник / [Н.Б. Акуленко и др.]. – М.: Инфра-М, 2014. – 638 с.