

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УО «БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ

Материалы V Международной
научно-практической конференции

Бобруйск, 17 ноября 2015 г.

Минск
РИВШ
2015

УДК 338:001.895(061.3)
ББК 65.011.15
И66

Рекомендовано
учебно-методическим советом Бобруйского филиала
УО «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 1 от 25 сентября 2015 г.)

Редакционная коллегия:

кандидат технических наук доцент *В. М. Ковальчук* (пред.);
доктор филологических наук профессор *А. М. Ненадовец*;
кандидат экономических наук доцент *Н. Г. Родцевич*;
кандидат экономических наук доцент *В. В. Колодкин*;
кандидат экономических наук доцент *Т. А. Ермакова*;
кандидат экономических наук доцент *Н. С. Недашковская*;
кандидат педагогических наук доцент *Е. Г. Тёсова*;
кандидат исторических наук доцент *И. В. Гребенчук*

И66 **Иновационные** процессы в социально-экономическом развитии : материалы V Междунар. науч.-практ. конф., Бобруйск, 17 нояб. 2015 г. / редкол.: В. М. Ковальчук (пред.) [и др.]. – Минск : РИВШ, 2015. – 218 с.

ISBN 978-985-500-904-8.

В сборнике представлены тезисы докладов, подготовленные участниками V Международной научно-практической конференции «Иновационные процессы в социально-экономическом развитии», в которых рассматриваются актуальные проблемы и перспективы инновационной деятельности в Республике Беларусь и странах ближнего и дальнего зарубежья.

Адресуется студентам, магистрантам, аспирантам, преподавателям и руководителям.

УДК 338:001.895(061.3)
ББК 65.011.15

ISBN 978-985-500-904-8

© Оформление. ГУО «Республиканский институт высшей школы», 2015

Т. Г. Авдеева
Республика Беларусь, Бобруйск

АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В РАЗВИТИИ РЕГИОНОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В условиях трансформируемой экономики, характеризующейся высокой динамикой всех процессов и постоянными изменениями как социально-политической, так и хозяйственной систем, особенно значимым становится антикризисное управление, способное обеспечить стабильность экономического роста, преодолеть постоянно образующиеся кризисные ситуации. Для предотвращения и преодоления возникающих кризисов требуется всесторонняя концентрация усилий на всех уровнях государственного регулирования, немаловажное значение имеет и региональное антикризисное управление.

Важной задачей антикризисного управления регионального развития является определение баланса экономических и социальных интересов. При этом снижение социальной эффективности приводит к неудовлетворенности работников условиями труда, нестабильности общественных отношений, незаинтересованности результатами работы, а следовательно, снижает экономическую эффективность. А неэффективность экономики не может обеспечить должного уровня социального развития, что в итоге порождает цепную реакцию. Грамотное управление эффективностью обеспечивает сбалансированное повышение как экономической, так и социальной составляющей, и соответственно снижает риск наступления кризисных ситуаций.

Анализ эффективности функционирования регионов Республики Беларусь проведем по блоку **эффективность структуры экономики**. Для определения степени влияния факторов на результирующий показатель используем корреляционно-регрессионный анализ. Изначально расчет проводится по однофакторным моделям, затем выводятся многофакторные модели по каждому региону.

Развитие экономической эффективности региона во многом зависит от отраслевой структуры его экономики. Для обеспечения максимально высокой эффективности доля услуг в регионе должна превышать долю промышленного производства,

которая, в свою очередь, – долю добычи полезных ископаемых и сельского хозяйства.

В данном блоке стратегической карты управления эффективностью региона эндогенной переменной является объем **валового регионального продукта**. Факторными показателями являются: объем промышленного производства, объем продукции сельского хозяйства и объем розничной торговли.

Стратегическая карта управления эффективностью для регионов представлена на рисунке 1.

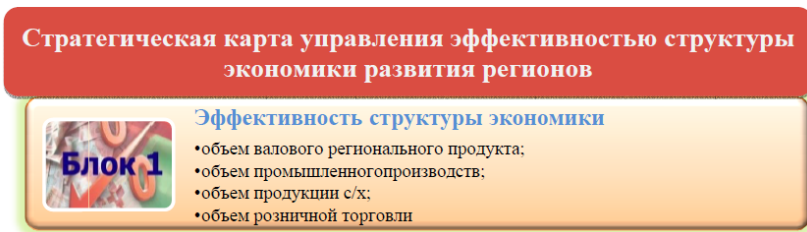


Рис. 1. Стратегическая карта управления эффективностью структуры экономики развития регионов

Для определения степени влияния факторов на результирующий показатель был проведен корреляционно-регрессионный анализ по данному блоку управления эффективностью развития регионов Республики Беларусь.

Анализ показателей проведен за 13 лет, по данным статистических сборников Республики Беларусь. Проведенные расчеты показали, что тесную связь объем валового регионального продукта имеет с объемом промышленного производства. В среднем по регионам коэффициент детерминации по данному фактору равняется 0,994 (в Брестской области – 0,992, в Витебской – 0,995, в Гомельской – 0,993, в Гродненской – 0,995, в городе Минске – 0,997, в Минской – 0,997, в Могилевской – 0,992). Объем продукции сельского хозяйства оказывает наибольшее влияние на валовый региональный продукт в Брестской (0,998) и в Гродненской (0,997) областях. Можно также обратить внимание на тот факт, что наибольшую связь объем ВРП имеет с объемом розничной торговли. Во всех регионах наблюдается значение коэффициента детерминации выше 0,996.

Проверка на значимость коэффициентов регрессии b_1 – объем промышленного производства, b_2 – объем продукции сель-

ского хозяйства и b_3 – объем розничной торговли. По однофакторной модели следующие результаты: в Брестской области (37,415, 98,313 и 52,832), в Витебской области (46,749, 36,238, 74,945), Гомельской области (40,071, 54,429, 79,706), Гродненской области (48,979, 64,135, 84,447), г. Минске (b_1 – 57,720, b_3 – 52,616), Минской области (65,317, 40,079, 64,200), Могилевской области (37,117, 40,079, 91,838) являются значимыми, так как соответствующие расчетные значения t-критериев Стьюдента по регионам для коэффициентов превышают $t_{табл}$ (2,446).

В таблице 1 представлены многофакторные модели по каждому региону.

Таким образом, построение многофакторных моделей по блоку «эффективность структуры экономики» позволяет сделать вывод о высокой степени зависимости факторов в г. Минске, Витебской, Гомельской, Гродненской и Могилевской областях (коэффициент детерминации равен 0,998), в Брестской и Минской – 0,999.

Таблица 1

Многофакторные модели по блоку «Эффективность структуры экономики»

Регион	Многофакторная модель
Брестская область	$y_1 = -540,011 - 0,148x_1 + 3,732x_2 - 0,264x_3$
Витебская область	$y_1 = 144,354 - 0,117x_1 - 1,409x_2 + 3,329x_3$
Гомельская область	$y_1 = -605,380 - 0,005x_1 + 0,938x_2 + 1,988x_3$
Гродненская область	$y_1 = -360,746 - 0,460x_1 + 2,215x_2 - 0,760x_3$
г. Минск	$y_1 = 501,572 + 0,610x_1 + 1,017x_3$
Минская область	$y_1 = 875,101 + 0,418x_1 - 0,189x_2 + 1,547x_3$
Могилевская область	$y_1 = -167,204 + 0,049x_1 - 0,361x_2 + 2,183x_3$

Также необходимо обратить внимание на тот факт, что рост объема продукции промышленности отрицательно отражается на ВРП в Брестской, Витебской, Гродненской и Гомельской областях. В это же время рост объема розничной торговли положительно влияет на ВРП практически во всех регионах, за исключением Гродненской и Брестской областей, а рост продукции сельского хозяйства оказывает негативное влияние на ВРП в Могилевской, Минской и Витебской областях.

В итоге, можно отметить, что рост объема ВРП в регионах Республики Беларусь за исследуемый период происхо-

дил под воздействием всех трех факторов. Лидирующее положение по значению показателя занимает Минская область и г. Минск.

Таким образом проведенное исследование позволяет выделить основные составляющие развития того или иного региона и факторы, которые неблагоприятно влияют на экономическую эффективность функционирования региона.

Функционирование региональных механизмов, обеспечивающих стабильность экономического роста, выступает важным элементом всей системы государственного регулирования. Антикризисное воздействие органов региональной власти выходит за рамки экономических мер регулирования и оказывает стабилизирующее влияние на всю общественную жизнь региона. Таким образом, изучение возможностей и мер антикризисного воздействия, реализуемых в системе регионального управления, имеет немаловажное значение, в экономической стабильности регионов и в целом Республики Беларусь.

Список использованных источников

1. Регионы Республики Беларусь / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2007. – Т. 1. – 895 с.
2. Регионы Республики Беларусь / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2013. – Т. 1. – 739 с.
3. Регионы республики Беларусь в цифрах. Годовые данные. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/regions>. – Дата доступа: 10.01.2014.
4. Статистический ежегодник Республики Беларусь / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2007. – 578 с.
5. Статистический ежегодник Республики Беларусь / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2013. – 734 с.

Г. М. Бабынина

Республика Беларусь, Бобруйск

ОБОСНОВАНИЕ ШТАТНОЙ ЧИСЛЕННОСТИ БУХГАЛТЕРИИ

Бухгалтерия – очень важный «жизненный орган» любого предприятия. В современных условиях по причине высокой за-

груженности бухгалтер, не справляющийся со своей работой, может нанести большой вред компании и себе. Сборник «Межотраслевые нормативы численности работников, занятых бухгалтерским учетом и финансовым обеспечением деятельности коммерческих организаций», разработанный Министерством труда и социальной защиты Республики Беларусь, предназначен для расчета штатной численности работников, осуществляющих бухгалтерский учет, отчетность и финансовое обеспечение деятельности коммерческой организации. Служба обеспечения бухгалтерской и финансовой деятельности организации может состоять из управления, отдела, сектора, бюро, группы специалистов, а также одного работника. Таблицы нормативов численности разработаны по таким разделам бухгалтерского учета: учет основных средств и нематериальных активов; учет материалов; учет затрат на производство продукции и оказание услуг; учет реализации готовой продукции и финансовых результатов; учет денежных, расчетных и кредитных операций; учет капитальных вложений и основных фондов; учет налоговых расчетов и платежей; учет сводно-балансовых операций и отчетности.

Нормативы численности бухгалтеров рассчитаны в зависимости от списочной численности работающих в организации среднем за год (Р), бухгалтерского учетно-отчетного документооборота в штуках за месяц (Дб) и финансового учетно-отчетного документооборота в штуках за месяц (Дф). В сборнике рекомендовано принимать в расчет документооборот за месяц, соответствующий квартальному отчету предыдущего года. За один документ условно принят по функции «Бухгалтерский учет и отчетность» – 1 лист в 10 строк, неопределенного формата и количества столбцов, из них 2 строки – реквизиты, подписи, печати и 8 строк – хозяйственные операции. По функции «Финансовое обеспечение деятельности организации» принят 1 лист в 18 строк, формата А4. Талоны на молоко, бензин, гарантийные талоны и т. п. 100 шт. равны одному условному документу. Для учета документооборота принимаются документы, по которым производятся арифметические действия, которые оформляются или вновь создаются. Документы, которые используются как прикладные, учитываются как один документ. В основу расчета нормативов численности работников, занятых бухгалтерским учетом и финансовой деятельностью организа-

ции, принята обработка и создание документов вручную – 50 % и с помощью ПЭВМ – 50 %.

Расчет документооборота, приведенного к условным документам за месяц на каждом рабочем месте работников бухгалтерии или финансового отдела, осуществляется построчно с делением полученного количества строк на 10 или 18 строк. Рассмотрим пример расчета документооборота за месяц одним бухгалтером: платежные инструкции – 1425 шт. × 14 строк: 18 строк = 1108 документов; журнал-ордер № 8 – 1 строка (итоговые результаты за месяц), обработка первичных документов для составления данного журнала – 42 документа × × 7 строк = (294 строки + 1 строка): 10 строк = 29,5 документа; карточки складского учета за месяц – учитываются только те, по которым за месяц было движение – 1300 шт. (из 5700 шт.) × × 2 строки = 2600 : 10 = 260,0 документов; инвентаризация – 133 500 строк : 12 месяцев : 10 строк = 1112,5 документа. Всего за месяц 2510 условных документа приняты к учету и обработаны на ИВЦ.

Для оценки объективности расчета документооборота необходимо воспользоваться следующей методикой: разделить месячный фонд рабочего времени на документооборот. Например, фонд рабочего времени одного работника за месяц составляет (21,5 дней × 8,0 часов × 60) = 10 320 минут : 2510 документов = = 4,1 минуты на документ. Нормативами сборника предусмотрены затраты времени на один условный документ от 3,5 до 20 минут в зависимости от сложности обрабатываемых и создаваемых документов.

Нормативами предусмотрена продолжительность рабочей смены 8 часов, в том числе в нормативах учтено время на подготовительно-заключительную работу, отдых и личные надобности. Нормативы численности разработаны с учетом трудовых отпусков продолжительностью 31 календарный день. Невыходы по другим причинам, предусмотренным законом, корректируются поправочным коэффициентом к нормативам численности работников (К) п. 3. таблица 6. а) Штатная численность работников определяется по формуле: норматив численности × коэффициент невыходов по болезни, выполнению государственных обязанностей, трудовых и дополнительным отпускам, предусмотренным коллективным договором. Распределение нагрузки на работников осуществляется глав-

ным бухгалтером, руководителем структурного подразделения. Количество заместителей главного бухгалтера, начальника управления определяется с учетом норм управляемости (не менее 7 человек в подчинении). При больших объемах за работниками закрепляются определенные виды работ.

Рассмотрим условный пример расчета численности работников, занятых бухгалтерским учетом и финансовым обеспечением коммерческой организации. Списочная численность работающих в организации за год в среднем 3580 человек. Работниками бухгалтерии за сентябрь 2014 г. обработано условных документов: по бухгалтерскому учету и отчетности (Дб) 90 000 шт. и по финансовой деятельности (Дф) 11 430 шт. Коэффициент (К) невыходов согласно методическим рекомендациям таблицы 6 п. 3 составляет 1,0175. Бухгалтерский учет организован 50 % вручную и 50 % ПЭВМ. Компьютерная программа, автоматически формирующая Главную книгу, не внедрена. С сентября месяца текущего года внесены изменения в налоговое законодательство, соответственно применим поправочный коэффициент 1,05 п.1 (таблица 6 а, п. 1). По финансовой деятельности при наличии электронного варианта работы с учреждениями банков, применим поправочный коэффициент (К) таблица 6.а), п. 5 – 0,875. Согласно данным по нормативным таблицам сборника раздел «Бухгалтерский учет и отчетность» определяем общую численность работников бухгалтерии, которая составляет 58,6 человека. По таблице сборника раздела «Учет расчетов с работниками по заработной плате и другим платежам» численность, определяемая по формуле, составляет 6,63 чел. (0,0043 × 35 800,897). Согласно разделу «Финансовое обеспечение деятельности организации» необходимая численность 8 чел. (0,00135 × 114300,929 × × 3580 0.003). Всего бухгалтеров по нормативу 73,23 чел. (58,6 + 6,63 + 8,0).

Суммарный норматив численности по разделам (участкам) бухгалтерского финансового учета (Нр) составил 57,59 чел. (таблица 1). Коэффициент 1–8 корректировки нормативов численности будет равен 1,0175 (58,6 : 57,59). Применив коэффициент корректировки и поправочные коэффициенты к нормативам численности, получим штатную численность работников.

Распределение численности работников, занятых бухгалтерским учетом и отчетностью, по 8 разделам бухгалтерского учета

Разд. БУ	Коэф.(К) из таб. 6 реком.	Установленный документооборот (Д) за мес., шт.	Нормативные таблицы метод. рекомендаций, формулы	Нормат. числ. 1-8 чел. (Нр)	Коэф.коррект. (К)	Поправ. коэф. (К) п. 1	Поправ.коэф. (К) п. 3	Численность, (Ч) шт. ед.
1	0,7	$11\ 250 \times 0,7 = 7875$	Т. 7	4,50	1,075	1,05	1,075	5,0
2	1	11 250	$T.8\ 0,863\ 0,003Д$	9,40	1,075	1,05	1,075	10,0
3	3,0	33 750	$T.9\ 0,912\ 0,00124Д$	16,7	1,0175	1,05	1,0175	18,0
4	1	1125	Т.10	9,22	1,0175	1,05	1,0175	10,0
5	0,9	10 125	Т.11	5,51	1,0175	1,05	1,0175	6,0
6	0,1	1125	Т.12	1,16	1,0175	1,05	1,0175	1,0
7	0,6	6750	Т.13	4,64	1,0175	1,05	1,0175	5,0
8	0,7	7875	Т.14	6,46	1,0175	1,05	1,0175	7,0
Всего	8,0	90 000		57,59				62,0

Примечание. Источник [1].

Таким образом, определение штатной численности работников по функциям: «Бухгалтерский учет и отчетность» – 62,0 шт. ед.; «Учет расчетов с работниками по заработной плате и другим платежам» – 7 шт. ед. ($6,63 \times 1,0175$); «Финансовое обеспечение деятельности организации» – 7 шт. ед. ($8,0 \times 0,825 \times 1,0175$). Итоговая штатная численность составит 76,0 шт. ед. ($62,0 + 7,0 + 7,0$), которая выше нормативной численности на 2,77 чел.

Важным элементом рациональной организации бухгалтерского учета является наличие программы повышения квалификации сотрудников. Особенно актуально это в практике учета, которая остается чрезвычайно динамичной и труднопредсказуемой.

Список использованных источников

1. Постановление Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь от 14.11.2006 № 143 «Об утверждении Межотраслевых нормативов численности работников, занятых бухгалтерским учетом и финансовым обеспечением деятельности коммерческих организаций».

Е. Н. Бедретдинова, С. Н. Дроздова
Республика Беларусь, Бобруйск

ПРИМЕНЕНИЕ АНАЛИТИЧЕСКОГО ИНСТРУМЕНТА ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

Повышение технического уровня и качества продукции определяет темпы научно-технического прогресса и рост эффективности производства в целом, оказывает существенное влияние на интенсификацию экономики, конкурентоспособность отечественных товаров и жизненный уровень населения страны. Выпуск качественных изделий способствует увеличению объема реализации и рентабельности капитала, росту престижа фирмы. Потребление продукции улучшенного качества и большей потребительской стоимости уменьшает удельные издержки пользователей и обеспечивает более полное удовлетворение потребностей.

В повседневной деятельности современного предприятия постоянно возникают различные проблемы, такие как трудности

с оборотом кредитных сумм, освоением новых правил принятия заказов, появлением брака. Возможен рост трудоемкости, наличие на складах нереализованной продукции, поступление рекламаций, количество которых не уменьшается, несмотря на старания повысить качество. Для выявления и анализа основных факторов, оказывающих влияние на качество продукции, можно применить диаграмму Парето.

Практическая реализация диаграммы Парето может быть представлена на примере результатов работы по управлению качеством на ОАО «Бобруйский машиностроительный завод» (табл. 1).

Таблица 1

**Динамика показателей качества продукции
ОАО «Бобруйский машиностроительный завод»
за 2012–2014 гг.**

Наименование показателей	Годы			Темп изменения, %	
	2012	2013	2014	2014/2013	2014/2012
Коэффициент дефектности	0,034	0,042	0,057	135,7	167,5
нефтяные насосы	0,366	0,180	0,279	155,0	76,2
грунтовые насосы	0,064	0,036	0,036	100,0	56,2
песковые насосы	0,004	0,006	0,002	33,3	50,0
масные насосы	0,063	0,041	0,071	173,1	112,6
водяные насосы	0,320	0,158	0,163	103,1	50,9
фекальные насосы	0,045	0,138	0,093	67,4	206,7
на насосы	0,068	0,083	0,113	136,1	166,1
на запчасти	0,0006	0,001	0,0002	20,0	33,3
на литье товарное	0,0002	0,002	0	0	0
Коэффициент рекламаций	0,014	0,012	0,01	83,3	71,4
по насосам	0,026	0,023	0,02	86,9	76,9
по запчастям	0,0017	0,0017	0,0004	23,5	23,5
по литью товарному	0,0003	0,005	0	0	0
Процент сдачи продукции с 1-го предъявления	99,2	98,9	98,9	100	99,7

Окончание таблицы 1

Наименование показателей	Годы			Темп изменения, %	
	2012	2013	2014	2014/2013	2014/2012
Потери от несоответствующей продукции, млн руб.	2520	4540	614	13,5	24,3
Потери от внутреннего брака по заводу, млн руб.	170,5	182,5	373,4	204,6	219,0
Удержания за брак, млн руб.	6,4	7,6	4,8	63,1	75,0

Примечание. Источник: собственная разработка на основе данных предприятия.

Объединение видов брака в группы проведем с помощью кластерного анализа. Согласно методу кластерного анализа, виды брака подразделяются на классы по выбранным критериям. Наиболее подходящими критериями являются потери от брака и затраты на исправление брака. Исходные данные для кластерного анализа представлены в таблице 2.

Таблица 2

Исходные данные для анализа по браку в 2014 г.

Вид брака и количество некачественных изделий	Потери от брака в процентном выражении (%)	Затраты на исправление брака (%)
Литейные дефекты на деталях проточной части	10,9	16,6
Отклонение размеров в деталях проточной части	10,6	10,5
Несоответствие размеров, не влияющих на взаимозаменяемость и работоспособность	20,1	18,1
Течь торцового уплотнения	14,2	17,5
Несоответствие формы и расположения посадочных поверхностей деталей насоса под подшипники и другие сопрягаемые детали	8,4	10,6
Повышенный нагрев подшипников	27,2	19,9
Утечка масла из корпусов подшипников	3,5	2,6

Окончание таблицы 2

Вид брака и количество некачественных изделий	Потери от брака в процентном выражении (%)	Затраты на исправление брака (%)
Несоответствие размеров, влияющих на взаимозаменяемость и работоспособность	5,1	4,2
Итого	100	100

Примечание. Источник: собственная разработка на основе данных предприятия.

Рассчитанные интегральные коэффициенты представлены в таблице 3.

Таблица 3

Интегральные индексы для первичной группировки

Вид брака	1	2	3	4	5	6	7
2	0,78						
3	0,70	0,55					
4	0,85	0,67	0,83				
5	0,70	0,88		0,60			
6	0,58		0,82	0,67			
7							
8							0,65

Примечание. Источник: собственная разработка на основе данных предприятия.

Максимальные коэффициенты близости совпадают в следующих видах брака: 1 и 4, 2 и 5, 7 и 8, 3, 6. Структура распределения потерь от брака представлена в таблице 4.

Таблица 4

Структура распределения потерь от брака

Вид брака	Потери от брака, (%)	Затраты на исправление брака, (%)
1 и 4	12,5	17,05
2 и 5	9,50	10,50
7 и 8	4,30	3,40
3	20,10	18,1
6	27,2	19,9

Примечание. Источник: собственная разработка на основе данных предприятия.

Результаты вторичной группировки по видам брака и структура распределения потерь от брака представлены в таблицах 5 и 6.

Таблица 5

Вторичная группировка

Вид брака	1 и 4	3	2 и 5	6
2 и 5	0,68			
3	0,76		0,52	
6	0,63	0,82		
7 и 8				

Примечание. Источник: собственная разработка на основе данных предприятия.

Таблица 6

Структура распределения потерь от брака

Вид брака	Потери от брака, (%)	Затраты на исправление брака, (%)
1 и 4 2 и 5	11	13,8
3 и 6	8,6	19
7 и 8	23,7	6,8

Примечание. Источник: собственная разработка на основе данных предприятия.

На основании проведенных расчетов можно сформировать следующие укрупненные группы видов брака: группу А составили браки: литейные дефекты на деталях проточной части; течь торцового уплотнения; отклонение размеров в деталях проточной части и несоответствие формы и расположения посадочных поверхностей деталей насоса под подшипники и другие сопрягаемые детали, на данную группу нужно обратить особое внимание; группа В – несоответствие размеров, влияющих на взаимозаменяемость и работоспособность и повышенный нагрев подшипников; группа С – утечка масла из корпусов подшипников и несоответствие размеров, влияющих на взаимозаменяемость и работоспособность. Таким образом, если предприятие устранит те виды брака, которые входят в группу А, то снизит свои потери от брака на предприятии на 60 %.

Таким образом, в области управления качеством продукции принцип Парето принято сводить к неравномерности потерь, возникающих в результате тех или иных нарушений и дефектов. В этой связи важной задачей становится выявление вну-

тренного распределения таких потерь, поскольку корректировка соответствующих немногочисленных факторов, вызывающих наиболее существенные нарушения, позволит устранить основную долю потерь.

О. С. Близнюк
Республика Беларусь, Минск

ХАРАКТЕРИСТИКА РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ СРЕДЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Ключевыми характеристиками развития инновационной среды в Республике Беларусь являются динамические показатели роста числа организаций, выполнявших, выполняющих научные исследования и разработки; специалистов, имеющих ученую степень докторов и кандидатов наук; объема выполненных научно-технических работ.

Проведенный анализ функционирования организаций, выполняющих научные исследования и разработки, демонстрирует тенденцию роста таких организаций со средним темпом прироста, равным 4,37 % за весь рассматриваемый период (рис. 1). 2008 г. можно назвать переломным, так как именно с 2008–2009 гг. начала прослеживаться тенденция роста научно-исследовательских организаций ежегодно приблизительно на 6 %.



Рис. 1. Динамика роста числа организаций, выполняющих научные исследования и разработки

Примечание. Самостоятельная разработка на основании [1].

Несмотря на рост научно-исследовательских организаций, высокий кадровый потенциал, в последнее время усиливается тенденция снижения специалистов, имеющих докторскую степень и степень кандидатов наук, что негативно сказывается на качестве научных исследований и разработок (рис. 2). В частности, положительный темп роста докторов наук прослеживался только с 2002–2005 гг. и 2008–2011 гг. Аналогичная ситуация прослеживается и касательно кандидатов наук, за исключением того, что рост числа кандидатов наук имеет более поступательное развитие (без резких скачков).

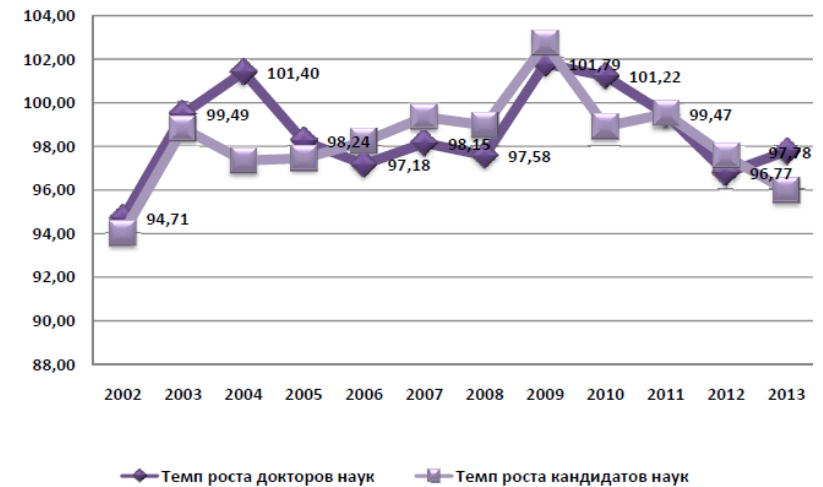


Рис. 2. Динамика специалистов, имеющих ученую степень докторов и кандидатов наук

Примечание. Самостоятельная разработка на основании [1].

Дальнейший анализ особенностей современной инновационной среды позволяет сделать вывод, что, в развитии инновационной среды Республики Беларусь преобладают положительные тенденции. В частности, наблюдается рост объемов выполняемых научно-технических работ в млн долл. со средним темпом прироста, равным 14,48 % с 2002–2013 гг. (рис. 3), хотя и со значительными колебаниями в течение всего рассматриваемого периода. Так, с 2010–2012 гг., когда наблюдался рост объема выполненных научно-технических работ почти в 2 раза.

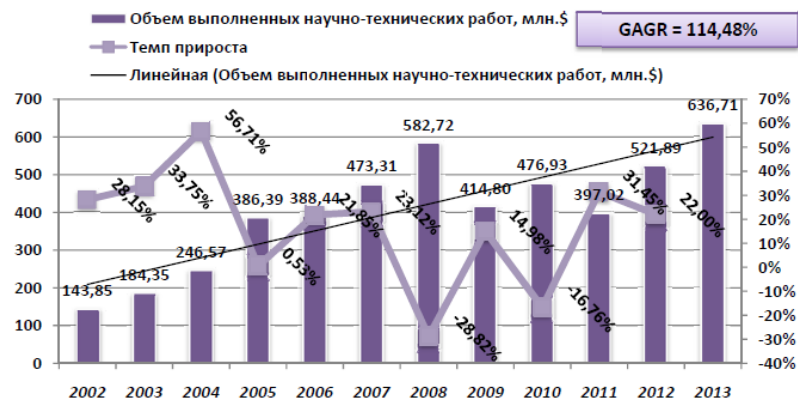


Рис. 3. Динамика объема выполненных научно-технических работ, млн долл.

Примечание. Самостоятельная разработка на основании [1].

Проведенное исследование говорит о том, что Республика Беларусь имеет огромные возможности развития и дальнейшего совершенствования современной инновационной среды на основе подготовки кадров высшей квалификации, роста инвестиций в научно-исследовательскую работу и увеличения количества организаций, занимающихся научными исследованиями и разработками.

Список использованных источников

1. Наука и инновации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/science.php>. – Дата доступа: 11.12.13.

И. А. Бондарева
Украина, Донецк

УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК В ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В условиях дальнейшего устойчивого научно-технического развития промышленного комплекса, в первую очередь, за счет повышения эффективности инновационной деятельности предприятий, приобретает особое значение привлечение новых подходов к разработке технологий нового уровня, внедрение которых позволит обеспечить экономический рост национальной

экономики в целом. При этом разработка и внедрение инноваций, являясь процессом не вполне стабильным, характеризуется постоянной изменчивостью и высокой неопределенностью поставок и спроса. Каждый новый инновационный процесс уникален по-своему и в новом цикле, как правило, не повторяется, поскольку реализуется новая идея, требующая новых технологий внедрения, что в свою очередь обуславливает необходимость использования нестандартных гибких подходов к управлению. Эти обстоятельства существенно затрудняют процесс управления, вынуждая переходить от традиционных подходов к более гибким современным подходам к управлению, в частности, отвечающим требованиям минимизации затрат.

При внутриотраслевом сравнении осуществление инновационного процесса всегда более трудоемко, материалоемко, относительно традиционного производственного процесса [1]. Так, затраты на технологические инновации включают затраты на исследование и разработку новых продуктов, методов их производства, новых производственных процессов; приобретение машин и оборудования, связанных с технологическими инновациями; приобретение новых технологий; приобретение программных средств; производственное проектирование; обучение и подготовку персонала, связанных с инновациями; маркетинговые исследования. Причем разработка успешной инновации зачастую связана с неоднократным циклическим повторением отдельных этапов инновационного процесса, что приводит к аккумуляции затрат в себестоимости нового продукта.

Все это, с одной стороны, изначально объясняет высокую затратоемкость инновационного процесса, а, с другой стороны, вызывает необходимость поиска скрытых резервов снижения затрат. Однако, следует учитывать, что прямая экономия затрат на любом этапе, например, на этапе внедрения, может остановить инновацию на уровне не реализованной идеи. В то же время оптимизация всего процесса как единого целого от генерации идеи до продвижения новации на рынке позволит добиться синергического эффекта.

По своей сути инновационная деятельность, включающая этапы генерации идей, конструкторской разработки, освоения, внедрения нового продукта и обеспечение социального и психологического аспекта нововведений, представляет собой единый процесс, который в отдельных случаях может быть осуществлен

в рамках крупных обособленных структур, таких как Кремниевая долина (США), инновационный центр «Сколково» (РФ), Парк высоких технологий (Республика Беларусь), где могут быть реализованы практически все этапы внедрения инноваций. В других случаях без особых условий хозяйствования и государственной поддержки, организовать реализацию всех этапов в рамках одной микросистемы проблематично при высоком современном уровне требований к продукции. Перечисленные этапы настолько масштабны, что для их полноценно успешной реализации требуется привлечение специальных профессиональных структур, способных обеспечить достойный уровень результата на каждом этапе. Однако очевидным является также тот факт, что обособленное невзаимосвязанное их функционирование крайне не благоприятно с точки зрения удовлетворения потребностей конечного потребителя инноваций, заинтересованного в скорейшем получении качественного нового продукта с наименьшими издержками. Таким образом, управление целиком всем процессом инновационной деятельности с ориентацией на конечный результат позволит существенно повысить ее эффективность.

Представление инновационного процесса в виде цепи поставок позволит реализовать логистический подход к управлению внедрением инноваций и, таким образом, усилить взаимодействие от составляющих инновационного процесса в сравнении с классическим представлением управления инновациями. Конечная цель реализации управления нововведениями – успешное внедрение нового продукта – может быть достигнута как в рамках крупных инновационных структур, так и с привлечением определенного числа субъектов-элементов цепи поставок: генераторов идеи; научно-исследовательских опытно-конструкторских разработчиков; производителей; организаций, коммерциализирующих инновации. В обоих случаях речь идет по существу об одинаковых потоковых процессах, представляющих собой взаимосвязанную последовательность перемещений материального, трудового, информационного и финансового потоков, направленных на создание и внедрение инновационного продукта. В первом случае вся цепочка перемещений может быть реализована в рамках одной крупной инновационной структуры, имеющей определенные государственные преференции. При этом вся логистическая цепочка преобразований по воплощению новации имеет единый координационный центр,

управляется сотрудниками инновационной структуры. С точки зрения менеджмента единоначалие в этом случае значительно упрощает согласованность действий между отдельными этапами инновационного процесса.

По данным исследования логистического контроллинга, проведенного Международным центром подготовки кадров в области логистики (МЦЛ) НИУ ВШЭ в 2013–2014 гг., около 94 % российских компаний имеют операционную логистику, при этом соотношение доли инсорсинга и аутсорсинга в логистике составляет примерно 75 % к 25 % от числа обследованных компаний [2]. В мировой же практике сложилась устойчивая тенденция делегирования отдельных логистических функций отдельным предприятиям на условиях аутсорсинга. Таким образом, процесс внедрения инноваций может быть реализован на условиях привлечения отдельных организаций, выполняющих свой объем работ в цепочке поставок: маркетинговые, научно-исследовательские, проектно-конструкторские, производственные и финансовые организации. Безусловным преимуществом таких организаций является их профессионализм, формируемый концентрацией ресурсов, знаний, навыков и опыта в определенных специфических вопросах. Привлечение организаций, ответственных за качество соответствующего элемента цепи поставок, повышает качество инновации, но создает дополнительные сложности интегрированного управления в едином информационном пространстве.

Сложившийся огромный разрыв между фундаментальными, прикладными исследованиями, опытно-конструкторскими, проектно-технологическими разработками и внедрением, освоением результатов исследования подтверждается тем, что в «РФ не более 5 % зарегистрированных изобретений и полезных моделей стали объектами коммерческих сделок» [3]. Такая статистика свидетельствует о неэффективности решения отдельных задач инновационного процесса обособленно: разработки новации и коммерциализации инноваций. Результатом первой части инновационного цикла является научно-техническая разработка, не имеющая «выхода» к потребителю и часто не востребованная потребителем, так называемая наука для науки, а результатом второй части – новые продукты, ставшие воплощением лишь незначительной части разработок. Применение логистического подхода к управлению инновационным

ФАКТОРЫ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ГОРНЫХ ВЫРАБОТОК И ИХ УЧЕТ В ИНВЕСТИЦИОННОМ ПРОЕКТЕ

процессом позволяет выстраивать взаимодействие между субъектами цепи поставок исключительно из интересов потребителя инноваций. В этом случае ответственность за формирование издержек всей цепи поставок лежит на организации, коммерциализирующей инновацию, а прочие участники цепи поставок, соблюдая логистические принципы минимизации издержек, обеспечивают полезность времени, места и ресурсов. По сути, подбор элементов логистической цепи возможен в конкурентных условиях, исходя из возможности обеспечения максимальной потребительской полезности. Проведение научных исследований по конкретному «заказу» потребителя, подтвержденному маркетинговыми исследованиями, позволит устранить этот разрыв между этапами, обеспечивая проведение исследований в востребованной рынком сфере.

Учитывая обозначенные сложности, привлечение современных методов и подходов к управлению инновационными процессами позволит получить неоспоримые конкурентные преимущества. В данном случае, управление цепочками поставок объединяет управление потоками закупки, производства, реализации внутри и между организациями с участием научных сотрудников, поставщиков, производителей, посредников и клиентов. Управление цепью поставок позволит интегрировать основную ответственность за связь основных бизнес-функций и бизнес-процессов внутри и между компаниями в единую и высокопроизводительную бизнес-модель, которая включает все перечисленные виды инновационной деятельности, а также координацию процессов в сфере маркетинга, проектирования продукции, производства, продаж, финансов и информационных технологий.

Список использованных источников

1. *Кравченко, С. И.* Обоснование условий финансирования инновационных решений / С. И. Кравченко // Экономика Украины. – № 2(487). – 2003. – С. 41–46.
2. *Сергеев, В. И.* Методические подходы к аудиту и контроллингу логистической деятельности / В. И. Сергеев // Логистика и управление цепями поставок. – 2014. – № 3. – С. 9–26.
3. *Сысоев, А. П.* Особенности формирования национальной инновационной системы России / А. П. Сысоев // Инновационное развитие экономики России: институциональная среда: сб. ст. – М.: Экономический факультет МГУ имени Ломоносова, ТЕИС, 2011. – Т. 1. – С. 252–260.

Угледобывающая отрасль является основой обеспечения энергетической безопасности страны. Поддержание и воспроизводство производственной мощности шахты возможно только посредством реконструкции, модернизации и технического оснащения технологических процессов угледобычи за счет внедрения инвестиционных проектов.

Составляя инвестиционный проект воспроизводства мощности угледобывающего предприятия, в первую очередь необходимо определиться с целью и критериями проекта, условиями (факторами), влияющими на него. При сетевых методах планирования сетевые модели принято разделять на детерминированные и стохастические (вероятностные). Вероятностными считают модели, продолжительность выполнения работ в которых задана интервальными оценками (а – оптимистическая оценка времени t_{ij}^{min} ; b – пессимистическая оценка времени – t_{ij}^{max}). Необходимость задания оценки в интервале обусловлена тем, что в процессе реализации проекта на срок его выполнения влияют факторы неопределенности, обусловленные наличием нечеткой информации.

Проект – это прежде всего система целей и способов их достижения. Инвестиционный проект разрабатывается на основе информационной базы, необходимой для принятия обоснованного решения. Решение должно быть принято на основе выбранного критерия и оценено с позиции надежности его достижения в ходе инвестиционного процесса.

Инвестиционный процесс – это продолжительность выполнения проекта. Начальным событием сетевой модели является принятие решения о начале инвестирования, а конечным – ввод объекта в эксплуатацию. В зависимости от структуры проекта он может быть разбит на несколько этапов, для каждого из которых определяются время выполнения и бюджет. На каждом этапе могут проявляться факторы неопределенности, такие как:

- недостоверность;
- неоднозначность;
- недостаточность;
- неизвестность.

Неопределенность – это непредвиденные изменения качества внешней и внутренней среды, связанные с тем, что в условиях рыночной экономики происходят процессы, последствия которых прогнозировать с достаточной точностью не представляется возможным. Рыночная неопределенность не обусловлена статистической природой. Выборку статистически однородных событий неопределенности получить сложно. Каждая выборка случайна. В то же время распределение факторов в этой выборке подчинено определенному закону. Это законы: нормальный, гамма-распределение, бета-распределение. Последнее обычно используется для малых выборок.

Выбор формы бета-распределения обусловлен следующим:

- эта форма распределения гибкая и разнообразная;
- имеет диапазон варьирования случайной величины, который, к тому же, жестко задается;
- бета-распределение имеет одну вершину;
- легко масштабируется;
- параметры p и q позволяют описать различные виды гистограмм распределения случайной величины.

При использовании закона бета-распределения при разработке сетевых моделей становится возможным рассматривать продолжительность выполнения работ в инвестиционных проектах как случайную величину. Для ее определения возможно использовать экспертные оценки, теорию нечетких множеств. Представляя выполнение работ сетевой модели как непрерывную случайную величину, появляется возможность многократно экспериментировать продолжительность реализации проекта, моделируя различные варианты производственных процессов.

Критериями эффективности инвестиционных проектов являются два показателя: выполнение проекта в заданные сроки и стоимость проекта.

Проблема измерения неопределенности – это проблема оценки риска достижения запланированного результата. Таким образом, риск – это возможность неблагоприятного развития инвестиционного процесса, результатом которого является

несвоевременность введения объекта в эксплуатацию и увеличение стоимости проекта. В экономической литературе математическая модель оценки риска получила название – «риск-функция». Относительно определения «риск-функции» для критерия – время выполнения проекта, следует отметить, что ее формула имеет вид:

$$\text{Risk}(T_s) = \text{Ross}(T > T_s),$$

где T – длина критического пути сетевой модели, мес.; T_s – заданный срок реализации проекта, мес.

Риск может быть как положительным, так и отрицательным. Поэтому он требует определения его приемлемого, с экономической точки зрения, значения. Риски классифицируются по различным признакам:

- производственные;
- коммерческие;
- финансовые;
- инвестиционные.

На этапе реализации инвестиционного проекта может быть использована программа управления рисками (ПУР). Цель метода – обеспечение успешного выполнения проекта в условиях риска. Риски в этом случае делят на две группы:

- финансовые;
 - производственно-хозяйственные.
- К финансовым относят следующие риски:
- изменение процентной ставки;
 - невозврат кредита;
 - невыполнение инвестиционных обязательств;
 - рост цен на ресурсы;
 - невыполнение исполнителями своих обязательств.

К производственно-хозяйственным относят следующие риски:

- износ оборудования;
- внеплановые простои машин и оборудования;
- чрезвычайные ситуации;
- нестабильность качества ресурсов;
- нарушение режима труда;
- природные явления и другие.

Критерием разработки программы управления рисками является минимизация убытков от проявления факторов риска. Инвестиционный проект воспроизводства мощности угледобывающего предприятия имеет ряд отраслевых особенностей:

- технологическая схема подготовки очистных забоев строго регламентирована горно-техническими условиями;
- технология проведения горных выработок ограничена;
- структура технологической схемы подготовки очистных забоев определена количеством горных выработок (горизонтальные и наклонные; квершлагги; полевые и пластовые штреки, уклоны и ходки);
- опыт проведения горных выработок накапливается, поскольку организация горнопроходческих работ имеет аналог.

Воспроизводство очистных забоев – это перманентный процесс угледобывающего предприятия. Срок подготовки новых очистных забоев строго фиксирован сроком отработки очистного забоя, на фоне которого готовится новый. Сметная стоимость проведения 1 м горной выработки может быть определена на основе имеющихся нормативных документов. Скорость проведения горной выработки определяется на основе утвержденных нормативов.

Реализация инвестиционного проекта воспроизводства мощности угледобывающего предприятия также протекает в условиях неопределенности проведения горных выработок темпами, которые запланированы при разработке проекта. Неопределенность реальных скоростей (темпов) проведения горных выработок определяют детерминированные и вероятностные факторы. Проявление факторов неопределенности обусловлено отклонением реальной скорости (темпов) проведения горной выработки от запланированных.

А. Н. Гайшун

Республика Беларусь, Бобруйск

ЭКСПАНСИЯ ИНОСТРАННОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОДУКТА КАК УГРОЗА БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА

Нынешний глубокий финансово-экономический кризис, поразивший практически все регионы мира, оказывает сильнейшее влияние и на национальные политические системы. Заметим, что смена правительств в ряде государств происходит на фоне общего перехода власти и управления с национального на транснациональный уровень. При этом очевидна и все возрас-

тающая роль интернет-коммуникаций, в целом СМИ, в формировании новой картины мира.

Современное глобальное информационное поле – это арена битвы между стремительно организовывающимися центрами силы, в которую активно вовлекаются и региональные государства. Поэтому вопросы информационной безопасности становятся все более актуальными. Состоявшийся в июне 2015 г. в Минске X Белорусский международный медиафорум «Партнерство во имя будущего: наследие Великой Победы» это продемонстрировал в полной мере.

Выступившая перед его участниками министр информации республики Лилия Ананич отметила, что «иногда СМИ подбрасывают реально несуществующие проблемы маргинального плана, из-за чего в обществе нагнетается напряженность. Инициаторы подобных манипуляций не имеют ничего святого, а цель их – вбить клинья между народами и странами, чему немало примеров в современной истории». Далее было заявлено об «отметании» в Республике Беларусь подобной политики, более того, «информационное пространство, государственные СМИ демонстрируют стремление взвешенно и конструктивно освещать самые сложные проблемы современности – поэтому информационное пространство Республики Беларусь никогда не станет ареной информационных войн» [1].

Очень оптимистичная оценка, но специфика современной информационной войны заключается в том, что она ведется в открытом информационном пространстве. Поэтому для любого государства реальную угрозу представляет экспансия иностранного информационного продукта.

Будет уместным вспомнить заявление бывшего главы АНБ США генерала Майкла Хэйдена. Выступая в 2006 году перед членами сената он констатировал, что «вследствие самой природы глобальных телекоммуникаций мы играем с огромным преимуществом команды на своем поле, и нам нужно использовать это преимущество по максимуму». В современном мире информация превратилась в мощное средство конкурентной борьбы [3, с. 63, 67].

В настоящее время существует два типа информационной борьбы: информационно-техническая и информационно-психологическая. При информационно-технической борьбе глав-

ными объектами воздействия и защиты являются информационно-технические системы (системы связи, радиоэлектронные средства, телекоммуникационные системы и т. п.). При информационно-психологической борьбе главными объектами воздействия и защиты являются личный состав вооруженных сил, специальных служб, население, системы формирования общественного мнения и принятия решений.

Система информационной безопасности включает в себя эти два направления.

Современная концепция информационной войны, разработанная и примененная в ряде стран в 2004–2015 гг., предполагает следующие действия:

1. Создание атмосферы бездуховности и безнравственности, негативного отношения к собственной культуре.

2. Манипулирование общественным сознанием и политической ориентацией социальных групп населения страны с целью создания политического напряжения.

3. Дестабилизация политических отношений между партиями, движениями и объединениями с целью провокации конфликтов и разжигания недоверия, обострения политической борьбы, провоцирования репрессий против оппозиции и даже гражданской войны.

4. Снижение уровня информационного обеспечения органов власти и управления, инспирирование ошибочных управленческих решений.

5. Дезинформация населения о работе государственных органов, подрыв их авторитета, дискредитация органов власти.

6. Провоцирование социальных, политических, национальных, религиозных столкновений.

7. Инициирование забастовок, массовых беспорядков, иных актов экономического протеста.

8. Подрыв международного авторитета государства, его сотрудничества с другими странами.

9. Нанесение ущерба государству в политической, экономической и иных сферах.

Как отмечает известный российский специалист в области информационной безопасности Николай Волковский, «одним из условий эффективного использования СМИ Союзенными Штатами Америки в конфликтах последнего

времени является то, что в управлении информационно-психологическими акциями задействованы американские военно-политические руководители самого высокого уровня» [2, с. 509].

В ведущей стране Запада решения о ведении информационно-психологических операций против конкретной страны (или групп стран) принимает сам президент и делает это на основе рекомендаций и разработок, подготовленных Советом национальной безопасности США.

В настоящее время данный Совет включает различные отделы регионального назначения – Ближнего Востока и стран Южной Азии, стран Африки, стран Азии, европейских государств, по делам России и стран СНГ, латиноамериканских государств.

Планирование американскими специалистами психологических операций происходит в два этапа.

Первый. Изучение зарубежных стран и определение вероятных объектов психологического воздействия на их территориях (так называемые базовые исследования).

Второй. Разработка плана ведения конкретной психологической операции.

Первый этап наиболее важный. Он включает в себя сбор и анализ информационных материалов, а именно: открытых печатных изданий (газеты, журналы, книги); официальных документов иностранных государств, сообщений телеграфных агентств, радио, телевидения, интернета; сведений из американских спецслужб, политических отделов посольств; данных опросов населения.

По утверждению Волковского, «базовые исследования как в мирное, так и в военное время ведутся по унифицированной схеме и направлены на получение глубокой, всесторонней характеристики изучаемой страны с целью выявления наиболее уязвимых мест в ее политике, экономике, идеологии» [2, с. 523].

Изучается все досконально – история страны, ее роль в мире, регионе. Особенное внимание уделяется характеристике правительства и оппозиционных группировок, вопросам, вызывающим дискуссии в обществе. Уровень образования населения также имеет значение, как и религиозные предпочтения.

Много внимания уделяется сведениям о средствах массовой информации, степени их влияния на различные слои общества, а также возможности их использования в интересах США. Отметим, что подобные подходы характерны для всех крупнейших стран, входящих в НАТО.

Что касается второго этапа, то он направлен на разработку конкретной операции против конкретной страны.

В интересах мировых центров силы сегодня работают огромные информационные системы, включающие в себя не только собственные СМИ, но и средства массовой информации стран, на которые распространяется их влияние. Государства СНГ – не исключение, многие печатные и интернет-издания, телеканалы, образующие важный сегмент информационного поля на постсоветском пространстве, финансируются через различные фонды из-за рубежа.

Поэтому задача органов власти – противопоставить антигосударственной пропаганде совершенную систему информационной безопасности, в которой важную роль будут играть возможности интернета (главным образом социальных сетей), телевидения и печатных СМИ. Резервов здесь немало, компенсационное информационное противодействие, основанное на полной, объективной информации должно стоять на первом месте.

Список использованных источников

1. *Ананич, Л. Н.* Выступление на X Белорусском международном медиафоруме «Партнерство во имя будущего: наследие Великой Победы» [Электронный ресурс] / Л. Н. Ананич. – Режим доступа: <http://varjag.net/ananich-v-belarusi-ne-dopustyat-informacionnoj-vojnju-namedijnom-pole>. – Дата доступа: 9.06.2015.

2. *Волковский, Н. Л.* История информационных войн / Н. Л. Волковский. – СПб.: Полигон, 2003. – Ч. 2.

3. *Еляков, А. Д.* Электронный шпионаж / А. Д. Еляков // Мировая экономика и международные отношения. – 2009. – № 8. – С. 62–68.

А. А. Гошка, И. Н. Малашук
Республика Беларусь, Бобруйск

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

Открытое акционерное общество «Завод “Оптик”» в г. Лида создано в 1970 году как специализированное предприятие по

выпуску оптического стекла, элементов геометрической оптики и волоконно-оптических изделий для комплектования приборов военной и космической техники, изделий медицинской техники, кинофотоаппаратуры, очковых заготовок.

На заводе создана и функционирует система менеджмента качества на базе стандартов ИСО 9001 версии 2008 г.

Одним из стратегических видов производства является волоконно-оптическое производство, которое ориентировано на изготовление изделий из материалов, производимых непосредственно на предприятии без закупки по импорту.

Сравним очковую линзу однофокальную стигматическую с асферическим дизайном с зарубежными аналогам «CarlZeiss» Германия, который конкурирует с ОАО «Завод “Оптик”» на рынке РФ и РБ (поставляется фирмой «ВДЛ» г. Минск). Технические параметры линз приведены в таблице 1.

Таблица 1

Параметры конкурентоспособности однофокальных стигматических ОС с асферическим дизайном

Параметр	Вес параметра	Ед. изм.	ОАО «Завод “Оптик”»	«CarlZeiss»
Преломляющая способность (макс.)	0,3	дптр	10	12
Светопропускная способность	0,3	%	88	92
Вес	0,2	г	12	12
Ультрафиолетовая защита	0,2	%	54	57
Цена		\$	2,1	3,2

Примечание. Источник: собственная разработка на основе данных предприятия.

Методика оценки конкурентоспособности товаров действующая на предприятии, соответствует общепринятым стандартам. Оценим линзы по основным качественным и потребительским характеристикам, согласно формуле 1.

1) расчет индекса технических параметров

$$K_{\text{т}} = \sum ((N_c \times h) / N_b), \quad (1)$$

где N_c – значение параметра сравниваемого образца; h – вес параметра; N_b – значение параметра базового образца.

Произведем расчет по формуле (1)

$$K_{\text{тп(ОАО «Завод «Оптик»»)}} = 10/12 \times 0,3 + 88/92 \times 0,3 + 12/12 \times 0,2 + 54/57 \times 0,2 = 0,926;$$

Расчет индексов экономических параметров

$$K_{\text{эп}} = \frac{\sum (\Theta_{\text{ис}} / \Theta_{\text{об}})}{n}, \quad (2)$$

где $\Theta_{\text{ис}}$ – значение экономического параметра сравниваемого образца; $\Theta_{\text{об}}$ – значение экономического параметра базового образца; n – количество параметров.

Произведем расчет по формуле (2)

$$K_{\text{эп(ОАО «Завод «Оптик»»)}} = 2,1/3,2 = 0,656.$$

Как видно из расчетов, продукция ОАО «Завод «Оптик»» уступает по техническим параметрам основному мировому конкуренту «CarlZeiss». Далее рассмотрим ценовую конкуренцию.

Расчет общего индекса конкурентоспособности

$$K = \frac{K_{\text{тп}}}{K_{\text{эп}}}, \quad (3)$$

Произведем расчет по формуле (3)

$$K_{\text{(ОАО «Завод «Оптик»»)}} = 0,926/0,656 = 1,41.$$

Таким образом, из двух представленных производителей более конкурентоспособна продукция ОАО «Завод «Оптик»», ее общий индекс конкурентоспособности больше за счет более низкой цены (по техническим параметрам линзы ОАО «Завод «Оптик»» уступают конкуренту). Однако в современной мировой практике потребители технической продукции не приравнивают ценовые факторы с техническими, если цену рассматривать с точки зрения веса параметра, скажем 0,1–0,25, то общий индекс конкурентоспособности продукции ОАО «Завод «Оптик»» будет ниже у исследуемой линзы, что в реальности и является фактом.

По данной методике оценим также оптическое стекло с аналогичным изделием «Rodenstock» (Германия).

Оптическое стекло производится как для собственного потребления, так и для поставок потребителям в виде заготовок оптических деталей с требованиями согласно ГОСТ 13240-78 (прессовки, пластины с обрезными краями и после огневой полировки).

Оптическое стекло БОКЗ-УФ:

- показатель преломления $n_e = 1,525$;
 - коэффициент дисперсии n_e не менее 58 лe;
 - показатель ослабления n_A не более $0,0130 \text{ см}^{-1} \mu$;
 - двойное лучепреломление не более 50 нм/см;
 - пропускание изучения в УФ-зоне спектра – 0,01 % при толщине стекла 2 мм, $\lambda = 315 \text{ нм}$;
 - данные заготовки используются для изготовления как стигматических, так и астигматических линз.
- Обобщим данные в таблице 2.

Таблица 2

Параметры конкурентоспособности оптических стекол

Параметр	Вес параметра	Ед. изм.	БОКЗ-УФ	«Rodenstock»
Преломление (n_e)	0,3	коэфф.	1,525	1,85
коэффициент дисперсии (n_e)	0,2	коэфф.	58	66
показатель ослабления (n_A)	0,3	коэфф	0,0130	0,0130
двойное лучепреломление	0,1	нм/см	50	50
пропускание изучения в УФ	0,1	%	0,01	0,01
Цена		росс. р.	590	710

Примечание. Источник: собственная разработка на основе данных предприятия.

Произведем расчет по формуле (1)

$$K_{\text{тп(БОКЗ-УФ)}} = 1,525/1,85 \times 0,3 + 58/66 \times 0,2 + 0,0130/0,0130 \times 0,3 + 50/50 \times 0,1 + 0,01/0,01 \times 0,1 = 0,92.$$

Произведем расчет по формуле (2)

$$K_{\text{эп(БОКЗ-УФ)}} = 590/710 = 0,83.$$

Произведем расчет по формуле (3)

$$K_{\text{(БОКЗ-УФ)}} = 0,92/0,83 = 1,11.$$

Как видно из расчетов, из двух представленных производителей более конкурентоспособно стекло БОКЗ-УФ ОАО «Завод «Оптик»», ее общий индекс конкурентоспособности больше за счет более низкой цены (по качественным параметрам стекло ОАО «Завод «Оптик»» опять же уступает конкуренту «Rodenstock»).

При улучшении качественных показателей одновременно повышается индекс конкурентоспособности – это мы проследили при сравнении с товарами конкурентов.

І. В. Грабянчук

Рэспубліка Беларусь, Бабруйск

НАВУКОВА-ДАСЛЕДЧАЯ ПРАЦА СТУДЭНТАЎ БАБРУЙСКАГА НАСТАЎНІЦКАГА ІНСТЫТУТА

У вышэйшых навучальных установах навукова-даследчая праца студэнтаў праводзіцца ў мэтах рэалізацыі іх творчых здольнасцяў і фарміравання прафесійнай кампетэнтнасці. Неабходнасць належнай арганізацыі дзейнасці студэнтаў у гэтым накірунку ўсведамлялася выкладчыкамі Бабруйскага настаўніцкага інстытута (БНІ) з першых дзён яго існавання. 21 верасня 1949 г. на першай нарадзе прафесарска-выкладчыцкага саставу БНІ (яшчэ да стварэння яго Рады), было ўзнята пытанне аб арганізацыі студэнцкіх гурткоў, адзначалася неабходнасць лепш ведаць студэнтаў, разумець іх патрэбы.

Змест архіўных крыніц [1] сведчыць пра тое, што асноўнай формай навукова-даследчай працы студэнтаў Бабруйскага настаўніцкага інстытута былі заняткі ў тэматычных гуртках. У гэтай ВНУ дзейнічалі фізічны гурток пры кафедры фізікі і матэматыкі і два гурткі пры кафедры рускай і беларускай моў – мовазнаўчы і дыялекталагічны.

Інфармацыя аб працы фізічнага гуртка ў архіўных крыніцах не захавалася. На нашу думку, гэта звязана з праблемамі арганізацыі навукова-даследчай працы выкладчыкаў кафедры фізікі і матэматыкі. Пра тое, што яна практычна адсутнічала ў гэтым структурным падраздзяленні інстытута прама казалася ў афіцыйных дакументах. Зразумела, што ў такіх умовах нельга было эфектыўна арганізаваць адпаведную дзейнасць студэнтаў.

Мовазнаўчым гуртком пры кафедры рускай і беларускай моў кіраваў старшы выкладчык Крапівін Пётр Фёдаравіч. У гуртку вывучаліся пытанні па гісторыі рускай мовы, якія не ўваходзілі ў вучэбную праграму («Мова старажытнарускіх песень», «Вывучэнне розных поглядаў на паходжанне рускай мовы», «Выказванні аб рускай мове» і інш.). Адзначым, што

адміністрацыя інстытута была незадаволеная «ідэйнай недысцыплінаванасцю» Крапівіна: «Патрэбна сказаць, што кіраўнік гуртка тав. П. Ф. Крапівін сам памыляўся у антымарксісцкім вучэнні акадэміка Мара і ўводзіў у зман сябраў гуртка. Значная доля пытанняў, навязаная тав. Крапівіным усім сябрам гуртка насуперак указанням кафедры, прыпадае на вывучэнне твораў акадэміка Мара без іх крытычнай ацэнкі» [1, спр. 2, арк. 30].

Мікалай Якаўлевіч Мар (1865–1934) – расійскі і савецкі ўсходазнавец, філолаг, гісторык, этнограф і археолаг, акадэмік Імператарскай акадэміі навук (1912), а пасля акадэмік і віцэ-прэзідэнт АН СССР (у тым ліку акадэмік АН БССР з 1928 г.). Ён распрацаваў «новае вучэнне аб мове», якое было вельмі супярэчлівым і па многіх пазіцыях недастакова абгрунтаваным. Тым не менш тэорыя Мара ў канцы 1920-х гг. атрымала афіцыйную падтрымку і да выхаду ў 1950 г. работы І. Сталіна «Марксізм і пытанні мовазнаўства» прапагандавалася як «сапраўднае марксісцкае» мовазнаўства, а яе крытыкі падвяргаліся ідэалагічнаму ціску і нават рэпрэсіям. Аднак пасля выхаду ўзгаданай работы Сталіна сітуацыя змянілася: цяпер ужо акадэмік Мар і яго прыхільнікі былі падвергнуты афіцыйнай крытыцы за «ідэалізм» у мовазнаўстве.

Па іроніі лёсу П. Крапівін якраз незадоўга да гэтай перамены апублікаваў у абласной газеце «Савецкая Радзіма» артыкул, у якім высока ацаніў творчую спадчыну М. Я. Мара. Разгарэўся вялікі скандал, які меў негатыўны ўплыў і на навукова-даследчую дзейнасць студэнтаў Бабруйскага настаўніцкага інстытута.

У гэтым інстытуце найбольш плённай была дзейнасць дыялекталагічнага гуртка пры кафедры рускай і беларускай моў. Спачатку ім кіравала старшы выкладчык Горбач Хрысціна Дзмітрыеўна, а з верасня 1950 г. і да закрыцця інстытута ў 1954 г. – старшы выкладчык Касцян Мікалай Ігнацьевіч. У гэтым гуртку бабруйскія студэнты збіралі матэрыялы для дыялекталагічнага атласа Беларусі, выданне якога рыхтавала Акадэмія навук БССР.

Пра дыялекталагічны гурток двойчы ўзгадвала абласная газета «Савецкая Радзіма». Яго кіраўнік М. І. Касцян адзначаў, што складанне дыялекталагічнага атласа БССР «...дасць магчы-

масць глыбока даследаваць працэсы ўзаемаўплыву і суадносін тэрытарыяльных дыялектаў, ступень уплыву літаратурнай мовы на жывыя гаворкі, прасачыць за тымі змяненнямі, якія адбыліся ў гаворцы пэўнага раёна за гады Савецкай улады». Далей Касцяня казаў аб вялікім значэнні будучага атласа для працы гісторыкаў, этнографіаў, літаратуразнаўцаў, археолагаў, фалькларыстаў. У выніку запісы народных гаворак сталі справай не толькі спецыялістаў-дыялектолагаў, але і шырокай грамадскасці [2].

На працягу 1949–1954 гг. пастаянна ў гуртку займаліся каля 25 студэнтаў. Каардынавалі іх працу супрацоўнікі Акадэміі навук БССР. Студэнты ўдзельнічалі ў экспедыцыях па вывучэнні беларускіх гаворак жыхароў населеных пунктаў Бабруйскага, Кіраўскага, Клічаўскага, Любаньскага, Парыцкага раёнаў. Яны сабралі багаты матэрыял не толькі па дыялекталогіі, але і па этнаграфіі, высветлілі і запісалі гісторыю ўзнікнення некаторых вёсак [1, спр. 2, арк. 30, 50; спр. 10, арк. 48; спр. 19, арк. 90; спр. 32, арк. 126].

Частка матэрыялаў, звязаных з дзейнасцю дыялекталагічнага гуртка пры кафедры рускай і беларускай моў БНІ, захоўваецца ў Бабруйскім дзяржаўным занальным архіве [3]. У матэрыялах гэтай справы ёсць падрабязныя метадычныя ўказанні да праграмы па вывучэнні беларускіх народных гаворак, распрацаваныя Інстытутам мовы, літаратуры і мастацтва Акадэміі навук БССР, планы працы гуртка, крытычныя агляды сабраных студэнтамі ў экспедыцыях матэрыялаў, перапіска ўзгаданага акадэмічнага інстытута з Бабруйскім настаўніцкім інстытутам (у тым ліку ліст ад 4 верасня 1952 г. за подпісам знакамітага беларускага паэта і навукоўца Пятра Глебкі [3, арк. 30]).

Кіраўніцтва Бабруйскага настаўніцкага інстытута надала асаблівую ўвагу працы дыялекталагічнага гуртка, імкнулася далучыць да яе студэнтаў усіх аддзяленняў. У той жа час імкненне да масавасці прыводзіла да таго, што ў гуртку далёка не ўсе студэнты былі належным чынам падрыхтаваны для навукова-даследчай працы. У некаторых выпадках яны праводзілі апрацоўку сабранай інфармацыі з шматлікімі памылкамі, а часам і проста хітравалі, выдаючы спісаны матэрыял з метадычных дапаможнікаў за сабраны ў палявой экспедыцыі.

Тым не менш, нягледзячы на ўсе праблемы метадалагічнага і арганізацыйнага характару, студэнты Бабруйскага настаўніцкага інстытута зрабілі свой унёсак у справу складання дыялекталагічнага атласа Беларусі. Кіраўнік гуртка М. І. Касцяня у сваёй справаздачы аб выкананай працы за 1953 – 1954 гг. адзначаў, што сектар дыялекталогіі Інстытута мовазнаўства АН БССР прызнаў сабраныя матэрыялы бабруйскімі студэнтамі па 14 населеных пунктах прыгоднымі для картаграфавання. Сам жа «Дыялекталагічны атлас Беларускай ССР» выйшаў з друку ў 1963 г., толькі праз 9 гадоў пасля закрыцця БНІ.

Такім чынам, у Бабруйскім настаўніцкім інстытуце былі дасягнуты пэўныя поспехі ў навукова-даследчай працы студэнтаў, хоць у цэлым яна так і не была арганізавана на належным узроўні. Звычайна перад новым навучальным годам на пасяджэнні Рады БНІ прымалася рашэнне «умацаваць кіраванне навуковымі гурткамі студэнтаў лепшымі выкладчыкамі кафедраў». Адначасова гаварылася пра неабходнасць «карэнным чынам» палепшыць навукова-даследчую працу саміх выкладчыкаў. На жаль, такога паляпшэння не адбылося. Аб агульным стане навукова-даследчай працы студэнтаў можна меркаваць па наступнаму пункту паставы Рады БНІ аб задачах на 1953/54 навучальны год у яе першапачатковай рэдакцыі: «...15. Ажывіць працу студэнцкіх гурткоў» [1, спр. 47, арк. 22]. Аднак у зацверджаным тэксце проста сказана аб далейшым паляпшэнні гэтай працы [1, спр. 47, арк. 10].

Спіс выкарастаных крыніц

1. Гадавья справаздачы Бабруйскага настаўніцкага інстытута // Бабруйскі занальны дзяржаўны архіў (далей – БЗДА). – Ф. 1170. – Воп. 1. – Спр. 2, 10, 19, 32, 48, 57; Пратаколы паседжанняў Рады Бабруйскага настаўніцкага інстытута // БЗДА. – Ф. 1170. – Воп. 1. – Спр. 3, 20, 33, 47.
2. У Бабруйскім настаўніцкім інстытуце [Навуковы гурток па вывучэнню мясцовага говару] // Савецкая Радзіма. – 1951. – 29 красавіка. – С. 3; *Касцяня, Н.* Запісы народных гаворак / Н. Касцяня // Савецкая Радзіма. – 1952. – 28 чэрвеня. – С. 3.
3. Матэрыялы дыялекталагічнага гуртка за 1951–1954 // БЗДА. – Ф. 1170. – Воп. 1. – Спр. 27.

О НЕОБХОДИМОСТИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В ТОРГОВУЮ ОТРАСЛЬ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время в Республике Беларусь приоритетным считается привлечение иностранных инвестиций в экономику, правительство пытается создать благоприятный инвестиционный климат для иностранных партнеров. Считается, что для обеспечения политики роста экономики иностранные инвестиции являются тем самым благом, которое позволит улучшить материально-техническую базу предприятий, создать новые рабочие места, привнести ноу-хау, «оживить» и «расшевелить» экономическую ситуацию регионов. Несколько лет назад считалось важным привлечь в торговлю страны одну или две крупных международных розничных торговых сетей, что, по мнению отдельных политиков, будет «способствовать повышению конкуренции в сфере торговли, снижению издержек, и в конечном итоге покупатели только выиграют от этого процесса» [1].

В целом, по виду экономической деятельности «Торговля, ремонт автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования» на начало 2015 г. в Республике Беларусь накоплено иностранных инвестиций более 1,38 млрд долл., причем за ряд последних лет отмечается увеличение значения этого показателя (рис. 1).

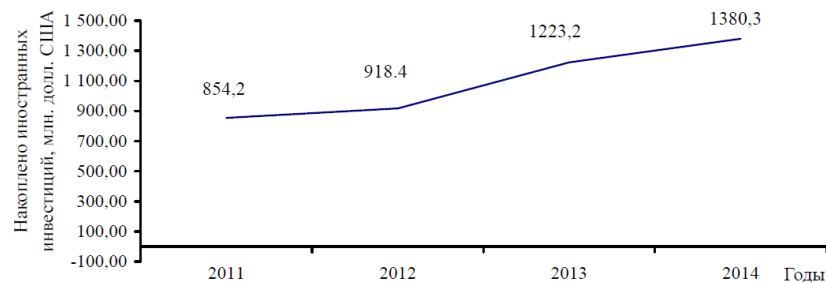


Рис. 1. Динамика изменения накопленных иностранных инвестиций по виду экономической деятельности «Торговля, ремонт автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования» в Республике Беларусь за 2011–2015 гг. [2, с. 15]

В настоящее время в республике с использованием иностранного капитала созданы такие крупные торговые объекты и сети, как «ZIKO», «Preston», «Соседи», «Тропинка», «ОМА», «Рублевский», «Златка», «Евросеть», «Гипсо», «BIGZZ», «ProStore», «Буслік», «Алми», «Связной», «Белмаркет», «Mothercare», «MARTINN», «kari», «kari kids» и др.

Развитие торговых сетей с участием иностранного капитала наглядно отражает изменение удельного веса розничного товарооборота организаций торговли с иностранными инвестициями в розничном товарообороте организаций торговли (рис. 2).

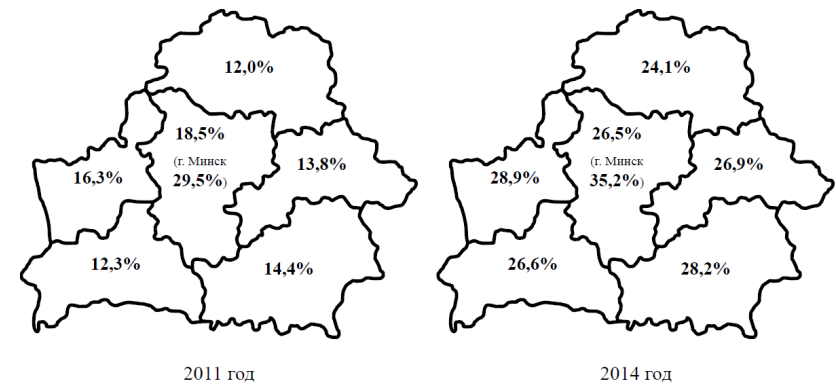


Рис. 2. Изменение удельного веса розничного товарооборота организаций торговли с иностранными инвестициями в розничном товарообороте организаций торговли Республики Беларусь за 2011–2014 гг. [2; 3]

В оптовой торговле ситуацию может охарактеризовать тот факт, что в 2014 г. в Минской области более половины оптового оборота приходится на организации, созданные с привлечением иностранного капитала, в самом г. Минске – 28,2 %.

Такой существенный рост удельного веса организаций торговли с иностранными инвестициями за последнее время уже сейчас вызывает опасение владельцев отечественных торговых объектов и сетей. Поэтому попытаемся критически рассмотреть основные преимущества привлечения иностранных инвестиций в торговлю Республики Беларусь в сложившейся на текущий момент экономической ситуации (таблица 1).

Таблица 1

**Критический взгляд на отдельные преимущества
привлечения иностранного капитала в розничную торговлю
Республики Беларусь в период насыщения рынка**

Преимущества привлечения иностранного капитала в торговлю	Критика преимуществ (исходя из сложившейся ситуации на современном этапе)
Иностранцы инвестируют в создание новых рабочих мест	Действительно, новые торговые объекты, если они образованы в результате постройки, а не аренды, требуют обеспечения персоналом. Однако, во первых, не все должности в таких объектах и сетях занимает исключительно местный персонал, во вторых, зачастую происходит перетекание более опытных кадров из других торговых объектов. В дальнейшем, более финансово стабильные и обеспеченные иностранные торговые компании вытесняют с рынка местных конкурентов, способствуя сокращению рабочих мест
Иностранцы строят новые современные торговые объекты, таким образом, развивая торговлю	В настоящее время многие аналитики и ситуация на рынке торговой недвижимости свидетельствуют о его перенагруженности. Созданные новые торговые площади используются недостаточно эффективно и зачастую не загружены (предлагаются в аренду). Исходя из сложившейся экономической ситуации строительство новых торговых объектов не является приоритетным в настоящее время, за исключением новых возводимых городских микрорайонов
Иностранцы приносят в торговлю новые современные технологии	Новые технологии работы и ведения бизнеса действительно зачастую применяются, но обычно составляют «ноу-хау» компаний с иностранным капиталом, поэтому они остаются закрытыми для отечественных торговых объектов и сетей
В торговых объектах, созданных с привлечением иностранного капитала, более широкий выбор товаров и самое лучшее обслуживание	Как правило, в более крупных торговых объектах, созданных с участием иностранных инвестиций, более широкий и глубокий ассортимент. Однако, зарубежные компании, приходя на белорусский рынок со своими ассортиментными матрицами, плохо поддерживают отечественных производителей, обделяя при этом выбор для потребителя. Результаты проверок Министерства торговли в начале 2015 г. в торговых объектах показали и другие нарушения (неправильное формирование цен, продажа товаров с истекшим сроком годности и т. д.)

Окончание таблицы 1

Преимущества привлечения иностранного капитала в торговлю	Критика преимуществ (исходя из сложившейся ситуации на современном этапе)
Привлечение иностранного капитала способствует экономическому развитию регионов	В республике нет регионов с катастрофической нехваткой розничной торговой сети, поэтому в настоящее время привлечение новых иностранных сетей вызовет только перетекание капитала, его аккумуляцию, монополизацию на розничном рынке. Также следует отметить, что перспективным для вложения капитала иностранцами считается г. Минск, поэтому регионы получают недостаточное развитие. Более того, результаты проверок отдельных торговых сетей уже показали задержку платежей отечественным предприятиям, некоторые сети выставляют требования предоставления больших скидок, что ухудшает положение отечественных производителей. Вкупе с протекционизмом зарубежных товаров в ассортиментных матрицах, стремлением получения прибыли любым способом, положительное влияние на экономическое развитие регионов можно ставить под сомнение

Таким образом мы приходим к выводу, что в настоящее время нет объективной необходимости активно привлекать иностранный капитал в розничную и оптовую торговлю и создавать для него преференции в экономике. Более того, с позиции национальных экономических интересов следует ограничить внедрение на рынок республики крупных транснациональных ритейлеров, которые сформируют товаропроводящие сети для своих производственных предприятий. Следует акцентировать внимание будущих зарубежных инвесторов на проработку проектов по активизации промышленности, транспорта и других перспективных отраслей народного хозяйства Республики Беларусь.

Список использованных источников

1. Румас хочет привлечь в Беларусь крупные торговые сети [Электронный ресурс] / Агентство новостей «Телеграф». – Минск, 2005. – Режим доступа: <http://telegraf.by/2012/02/rumas-hochet-privlech-v-belarus-krupnie-torgovie-set>.

2. Отдельные статистические показатели деятельности организаций Республики Беларусь, созданных с участием иностранных юридических или физических лиц за 2014 год: стат. бюллетень. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2015. – 53 с.

3. Розничная и оптовая торговля, общественное питание в Республике Беларусь: стат. сб. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2015. – 228 с.

Д. И. Дадеркина

Республика Беларусь, Бобруйск

ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО РАЗВИТИЮ ФЕРМЕРСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В Республике Беларусь уделяется большое внимание активизации предпринимательской активности в сельской местности. Малый бизнес в сельской местности может развиваться по различным направлениям, однако, по нашему мнению, самой перспективной формой является малый агробизнес в форме крестьянского (фермерского) хозяйства.

Крестьянские (фермерские) хозяйства осуществляют коммерческую деятельность на условиях свободного предпринимательства. Сельским хозяйством, охотой и лесным хозяйством в республике занимается 2650 организаций. Из них 2261 организация является крестьянским (фермерским) хозяйством. Крестьянские (фермерские) хозяйства составляют 2,9 % организаций малого бизнеса Беларуси [4; 5].

В 2011 г. насчитывалось 2261 крестьянское хозяйство. Средняя численность работников в крестьянских (фермерских) хозяйствах выросла с 5951 человек в 2008 г. до 7783 человек в 2011 г. Это лишь 0,98 % от средней численности работников в организациях малого бизнеса.

В настоящее время фермерство является достаточно эффективной формой малого бизнеса. В 2011 г. прибыльно работали 94,7 % фермерских хозяйств. Выручка от реализации товаров, работ, услуг выросла с 320,7 млрд рублей в 2008 г. до 905,7 млрд руб. в 2011 г. Чистая прибыль выросла с 47,7 млрд руб. в 2008 г. до 179,0 млрд рублей в 2011 г. В общем объеме чистой прибыли организаций малого бизнеса крестьянские хозяйства имеют удельный вес в 1,5 %, что значительно превышает их долю

в объеме выручки от реализации – 0,34 %. Уровень рентабельности реализованной продукции по крестьянским (фермерским) хозяйствам в 2011 г. составил 23,7 %, а по малым предприятиям – 9,1% [4].

Изучение вопроса показало, что фермерство имеет огромные резервы для наращивания производства продовольствия.

Активизация интенсивных факторов развития фермерства должна достигаться путем государственного организационно-экономического регулирования. На данный момент назрела необходимость разработки Государственной программы развития фермерства, в которой должны быть определены не только мероприятия по развитию, но и источники финансирования Программы.

Стратегически важными направлениями Программы должны стать следующие:

1. Обеспечение равных условий хозяйствования всем производителям сельскохозяйственной продукции не зависимо от формы собственности.

2. Формирование у молодежи положительного имиджа предпринимателя-фермера, а также жизни и работы в сельской местности.

3. Привлечение молодежи в фермерство путем оказания поддержки на этапе становления хозяйства путем создания и реализации Республиканской программы «Молодой фермер».

4. Продажа техники в лизинг.

5. Сохранение материально технической базы фермерского хозяйства, после прекращения его деятельности, путем передачи (передачи) базы фермеру-последователю.

7. Введение для фермеров одного налога – налога на землю.

8. Строительство животноводческих ферм и последующая их передача в аренду или продажа фермерским хозяйствам.

Особое внимание в Программе следует уделить активизации интенсивных факторов развития фермерства:

1. Паритет цен на сельскохозяйственную и промышленную продукцию.

2. Инновационное развитие крестьянских (фермерских) хозяйств.

3. Интенсификация сельскохозяйственного производства.

4. Производство экологически чистой продукции.

Интенсификация и экологизация сельскохозяйственного производства должны развиваться, по нашему мнению, параллельно. При этом крупнотоварное производство будет преимущественно делать ставку на интенсификацию производства, а малый агробизнес – на производство экологически чистой продукции.

По заказу крестьянского хозяйства, нами проведено бизнес-планирование по созданию в крестьянском хозяйстве «Имрус» Рогачевского района первой в республике козоводческой фермы промышленного типа на 500 голов. Инвестиции окупятся за 2 года. На ферме будет производиться 360 тонн козьего молока в год на сумму 3060 млн руб. Молоко будет перерабатываться в молочные продукты для детского питания, которые пользуются большим спросом на рынке стран СНГ.

В Рогачевском районе функционирует 21 фермерское хозяйство, по площади небольшой колхоз. Фермерские хозяйства работают эффективно: рентабельность продаж в 2013 г. составила 28 %, а производительность труда на одного занятого – 116,4 млн руб.

Для Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь нами разработаны предложения по развитию малого агробизнеса.

Главные факторы, сдерживающие рост числа фермерских хозяйств:

1. Отсутствие льготного кредитования для создания материально-технической базы новых фермерских хозяйств.

Важно отметить, что крестьянские (фермерские) хозяйства Беларуси своевременно рассчитываются с государством по кредитам и не имеют долгов перед государством. При этом льготные кредиты выдаются для развития личных подсобных хозяйств граждан и агро-экотуризма, а фермерства – нет. Нами обоснована целесообразность выделения льготных кредитов вновь образовавшимся фермерским хозяйствам с отсрочкой платежа на 2 года. Ведь сельское хозяйство – это сезонное производство и сильно зависит от климатических и экономических условий.

2. Обеспечение гарантии равных условий хозяйствования для производителей сельхозпродукции всех форм собственности. Фактически фермеры почти не имеют доступа к государственной поддержке и если выделялась техника по лизингу

или ГСМ, то только после жалоб министрам. Президент, правительство и экономическая наука говорят о том, что надо поддерживать эффективные формы хозяйствования, а на деле так не получается.

Предложено провести экономический эксперимент по развитию фермерства: строить базы и фермы для фермерских хозяйств и передать их в пожизненное наследуемое пользование, возможно с правом последующего выкупа. В случае отсутствия наследника, государство сохраняет за собой право передачи их другим хозяевам. Это позволит государству регулировать деятельность этой сферы.

3. Предложено часть средств, вкладываемых государством в строительство новых ферм, направить на повышение закупочных цен на молоко и мясо. Это приведет к росту поголовья скота на подворьях населения, что в итоге приведет к росту объемов производства молока и мяса даже без строительства новых ферм.

Перспективным и реальным направлением развития малого агробизнеса является развитие товарных ферм в личных подсобных хозяйствах. Это могут быть фермы по производству коровьего и козьего молока, мяса КРС, свинины, птицы, кроликов, баранины и др. сельскохозяйственной продукции. Так если в 1 % личных подсобных хозяйств Рогачевского района создать мини-фермы на 10 голов коров, то поголовье коров в этой категории хозяйств вырастет на 1200 голов (более чем на 50 %). Продажа молока государству вырастет на 6000 т в год или на сумму 210 млн руб.

Развитие малого агробизнеса в Республике Беларусь позволит повысить эффективность использования земельных ресурсов, максимизировать прибыль при использовании имеющихся ограниченных ресурсов, нарастить объемы производства продовольствия, сократить импорт продовольствия, создать новые рабочие места в сельской местности, повысить экономическую активность сельского населения и доходы сельского населения, сохранить сельский уклад жизни, национальные традиции и культуру.

Результатом роста доходов станет рост покупательской способности, что приведет к росту продаж на внутреннем рынке.

Список использованных источников

1. Закон «Основы законодательства Союза СССР и союзных республик о земле». – М., 1990.

2. Закон «О крестьянском (фермерском) хозяйстве». – Минск, 1991.
3. Закон «О крестьянском (фермерском) хозяйстве». – Минск, 2005.
4. Малое предпринимательство в Республике Беларусь: стат. сб. / Национальный статистический комитет Республики Беларусь; редкол.: И. А. Костевич [и др.]. – Минск, 2010. – 312 с.

Э. Д. Евдокименко
Республика Беларусь, Бобруйск

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Инновационную деятельность следует рассматривать как определяющий фактор экономического роста, и результаты этой деятельности можно оценивать только в контексте обеспечения процесса инновационного развития. В настоящее время наиболее конкурентоспособными являются экономики Швейцарии, Сингапура и Финляндии, которые на протяжении нескольких лет сохраняют высокие позиции в таблице Индекса глобальной конкурентоспособности, составленного на основании 113 показателей измерения. Анализ состояния экономики наиболее развитых стран показывает, что динамику экономического роста обеспечивают преимущественно новые наукоемкие технологии.

Повышение результативности инновационной деятельности во многом зависит от целенаправленной и планомерной работы по поиску и реализации резервов инновационной деятельности, имеющихся на промышленном предприятии. Технический уровень и эффективность промышленного производства в будущем определяются результативностью и направлениями поведения инновационной деятельности сегодняшнего дня.

В Беларуси проводится комплексная модернизация, т. е. техническая и экономическая, которая предусматривает внедрение самых совершенных систем управления предприятиями и отраслями. «Это внедрение систем, которые обеспечивают неукоснительное соблюдение технологической и трудовой дисциплины и на этой основе – повышение конкурентоспособности наших товаров и услуг. Это и оптимизация численности на наших предприятиях, и материальное и эффективное стимулирование, которое мы внедрим, используя самый передовой мировой опыт», – отметил П. Прокопович.

В методологии конкурентоспособности экономики заложен принцип отражения ее инновационности, которая формируется

за счет факторов производства, эффективного управления ресурсами научной деятельности.

При оценке инновационности экономических структур пользуются моделями, построенными на основе ресурсных, производственных и инфраструктурных факторов, которые не дают исчерпывающего объяснения многим явлениям. Например, наличие «депрессивных регионов», миграции капитала и трудовых ресурсов, монополизации рынков, отраслевым диспропорциям и другие. Обобщение постановки исследовательских задач и методологических подходов к поиску решения проблем оценки инновационных процессов показало, что они имеют многоаспектный характер (таблица 1).

Таблица 1

Аспекты исследования инновационной динамики

Аспекты исследования инновационной динамики	Содержание аспекта
Макроэкономический	Влияние, которое может оказать инновационный процесс (15–20 лет) на экономическую динамику
Структурный	Продуктовое влияние отраслей на экономическую динамику для обеспечения конкурентоспособности. Ключевая проблема – выбор приоритетов для формирования перспективной промышленной структуры
Технологический	Роль технологического уровня инвестиционных проектов развития различных секторов промышленности в процессе модернизации из производств и диверсификации возможностей
Ресурсный	Потребности и возможности ресурсного обеспечения. Учитывается взаимосвязь имеющегося научно-технологического, производственного и интеллектуального потенциала для преодоления ресурсных ограничений экономического роста
Институциональный	Формальные и неформальные механизмы функционирования и взаимодействия основных субъектов инновационного процесса. Позволяет оценивать эффективность норм и правил и вырабатывать предложения по повышению качества институциональной среды для инновационной деятельности, включая условия промышленного нововведения

Содержание аспектов исследования инновационной динамики показывает, что они отражают проблемное поле в формировании государственной региональной, научно-технической и инновационной политики Беларуси: трансформацию пространственной и отраслевой структуры национальной экономики в сторону увеличения в ней доли инновационного сектора; достижение конкурентоспособности отечественного производства на основе эффективной коммерциализации нововведений; проведение институциональных трансформаций экономической среды с учетом мировых тенденций и требований инновационной стадии конкурентного развития; использование инновационных факторов для обеспечения инвестиционной активности как предпосылки для преодоления ограничений экономического роста.

Динамика изменений количества инновационно активных предприятий в 2008–2014 годах представлена в таблице 2.

Таблица 2

Динамика изменений количества инновационно активных предприятий в 2008–2014 гг.

Год	Количество инновационно активных предприятий	Темп изменения по отношению к предыдущему году
2008	371	–
2009	234	0,63
2010	324	1,38
2011	443	1,37
2012	437	0,99
2013	411	0,94
2014	383	0,93

Как видно из таблицы 2, количество инновационно активных предприятий заметно сокращается. Статистика свидетельствует о том, что по-прежнему наибольшее количество инновационно активных предприятий сосредоточено в г. Минске, а наименьшее в Могилевской области.

Отметим основные факторы, препятствующие инновационной деятельности в 2014 г.: недостаток собственных денежных средств, высокая стоимость нововведений, высокий экономический риск, длительные сроки окупаемости нововведений и др.

Следовательно, имеет смысл реализовать основные направления развития высокотехнологичных и наукоемких отраслей: сохранение и расширение подотраслей, связанных с производством лазерной, оптической и электронной техники; стимулирование разработки новейшего программного обеспечения и информационно-коммуникационных технологий; повышение наукоемкости ВВП и обеспечение более эффективного взаимодействия исследователей, разработчиков и производителей новой продукции; создание благоприятных условий для интеграции наукоемких предприятий Республики Беларусь в транснациональные корпорации; создание новых рабочих мест для высококвалифицированных специалистов (в первую очередь, выпускников белорусских вузов) и предотвращение их выезда за рубеж; увеличение объемов экспорта и привлечение зарубежных инвестиций; повышение международного авторитета Республики Беларусь как страны, создающей образцы передовой наукоемкой техники, а также основные направления международного научно-технического сотрудничества: двустороннее сотрудничество со странами дальнего зарубежья; сотрудничество в рамках Союзного государства; сотрудничество с государствами-участниками СНГ и ЕврАзЭС; развитие многостороннего сотрудничества и взаимодействия с ведущими международными организациями и центрами; развитие современной информационно-коммуникационной базы; привлечение иностранных инвестиций и развитие экспорта высокотехнологичной продукции.

Список использованных источников

1. Статистический ежегодник Республики Беларусь 2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 20.08.2015.

Т. А. Ермакова, Н. М. Глебова
Республика Беларусь, Бобруйск

БИЗНЕС-АНАЛИЗ: ИЗМЕНЕНИЕ ПОДХОДОВ В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕБОВАНИЯМИ ИТ-РЫНКА

Бизнес-анализ – одна из дисциплин учебного плана специальности 1-25 01 12 «Экономическая информатика», ут-

вержденного ректором БГЭУ доктором экономических наук, профессором В. Н. Шимовым для обучения студентов набора 2013 г. Эта дисциплина относится к компоненту учреждения высшего образования (дисциплины совета вуза) цикла специальных дисциплин; изучается в 7-м семестре (4-й курс) в объеме 188 часов.

Выпускники БГЭУ, имеющие квалификацию экономиста-информатика, имеют право занимать должности бизнес-аналитиков и системных аналитиков в соответствии со списком первичных должностей, указанных в ОКРБ 011-2009 «Специальности и квалификации», с учетом внесенных позднее изменений.

В образовательном стандарте высшего образования ОСВО 1-25 01 12 12-2013 отмечается (п. 5.2), что «объектами профессиональной деятельности специалиста являются: процессы системного анализа, *бизнес-анализа*, экономического анализа и обоснования бизнес-планов инвестиционных проектов...».

Базовая учебная программа по дисциплине «Бизнес-анализ» (№726-11/баз. от 09.06.2011), разработанная преподавателями кафедры экономической информатики БГЭУ В. П. Васильевым и Г. Р. Ванковичем, включает следующие темы (без учета вводных тем, несколько обобщенно):

- исходные данные для бизнес-анализа;
- модели, методы, информационные системы и технологии в бизнес-анализе;
- архитектура информационно-аналитических систем (ИАС);
- OLAP-системы в технологии оперативного анализа данных;
- аналитические системы Data Mining. Технологии интеллектуального анализа данных;
- основы управления ИАС и их проектирования.

Требования к знаниям бизнес-аналитика со стороны ИТ-компаний формулируются несколько иначе. По мнению сотрудников Образовательного центра ПВТ, существует так называемое «ядро обязанностей, с которыми любой бизнес-аналитик будет сталкиваться», среди которых:

- сбор информации путем проведения опросов, исследований рынка, интервьюирования заказчика с целью выявления их потребностей;
- консультирование заказчика по вопросам оптимизации его бизнес-процессов;

- написание необходимой документации самостоятельно или под руководством старшего бизнес-аналитика;
- эффективное взаимодействие с командой разработчиков и заказчиком;
- разработка предложений и рекомендаций, способных удовлетворить реальные потребности заказчика и их презентация.

Актуальность такого выбора тематики Образовательного центра ПВТ подтверждается востребованностью выпускников, поскольку они работают в более, чем 100 ИТ-компаниях, среди которых EPAM Systems, Itransition, IBA, IsSoft Solutions, Belhard и др. В программе «Бизнес-анализ» изучаются темы: методика моделирования и анализа бизнес-процессов, планирование и мониторинг бизнес-анализа, требования к программному обеспечению, методика сбора требований, анализ и управление требованиями, подготовка и проведение презентаций.

Таким образом, представляется необходимым корректировка учебных планов специальности «Экономическая информатика» в части изучения бизнес-анализа и приближение их тематики к требованиям рынка ИТ, с учетом знаний, получаемых студентами по другим специальным дисциплинам (реинжиниринг бизнес-процессов, информационный менеджмент, корпоративные информационные системы, проектирование и эксплуатация информационных систем).

А. С. Квилинский
Украина, Донецк

СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ ОБЪЕДИНЕНИЙ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Направления стратегических целей предприятий различных масштабов хозяйственной деятельности существенно зависят как от горизонтов планирования этих субъектов предпринимательства, так и от их понимания использования возможностей достижения синергетических эффектов при объединении усилий каждого из участников. На сегодняшний момент именно

стремление к достижению синергетического эффекта для любого предприятия, выбравшего вектор прогрессивного развития, является актуальным для организации эффективного управления в условиях кооперации.

Учитывая возможности и приоритеты субъектов хозяйствования и принимая во внимание масштабы их деятельности, нельзя не отметить существенные отличия стратегических видений развития бизнеса субъектами малого и среднего предпринимательства и крупными корпорациями. Среди прочих различий, на мой взгляд, доминирующим элементом стимулирования развития является мотивационная составляющая, влияющая на организацию структуры экономических связей между предприятиями, которая приводит к формированию трансформационных и транзакционных изменений, а также организации инновационного процесса производства товаров и услуг.

Как результат, рождаются новые экономико-хозяйствующие объединения, которые могут более эффективно достигать планируемых результатов своей деятельности. Элементами объединений зачастую являются субъекты малого и среднего масштабов деятельности. Учитывая сильные стороны малого предпринимательства, в данном случае следует говорить о тех субъектах объединений, которые входят в них, но имеют полную условную экономическую свободу принятия решений.

В основе эффективных и устойчивых форм объединений всегда лежит принцип взаимовыгодности сотрудничества между его членами, с доминирующим приоритетом оптимального соотношения мотивационной составляющей для каждого субъекта. В качестве такой структуры взаимоотношений в последнее время часто рассматривается кластер, функционирование которого понимается многими крупными учеными неоднозначно. Такие исследователи, как И. Ансофф [1], Г. Клейнер [2], А. Стрикленд [3], уделили достаточно внимания возможностям малого и среднего бизнеса в объединениях, проводя фундаментальные обоснования функционирования данных структур с учетом формирования сильных качественных стратегических позиций при кооперации субъектов различных масштабов деятельности. В то же время, вопросы достижения синергетического эффекта в результате формирования объединений, в которые

входят субъекты малого и среднего предпринимательства, по-прежнему остаются недостаточно раскрытыми и требуют более глубоких исследований.

Согласно структурно-логической схеме, предложенной И. Ансоффом [1, с. 73], синергетические эффекты можно разделять на торговые, операционные, инвестиционные и управленческие. Точки соприкосновения интересов субъектов хозяйствования при кооперации усилий и возможностей, и, как результат, при уменьшении рисков и угроз, должны выводить данные объединения на качественно новый по эффективности уровень бесструктурного управления.

Законодательная база, регулирующая хозяйственные отношения, должна служить адаптером между социальной и экономической сферами развития государства, не допуская искажений обмена информацией, которая, в свою очередь, во многом является основой четкого представления более широких горизонтов стратегического планирования. В то же время следует отметить, что формирование цели объединения при планировании его стратегии без отсутствия четкого представления возможностей кластера, может привести к нечетким и безосновательным прогнозам. Однако государство дает различные возможности организации объединений предприятий, поэтому анализ опыта стран с развитой рыночной экономикой может помочь ускорить и оптимизировать процесс формирования стратегических планов субъектов малого и среднего бизнеса. Можно предположить, что синергетические эффекты от взаимодействия элементов в кластерной системе объединения будут превышать негативные монополистические эффекты даже в организации с вертикальной структурой построения взаимоотношений (как показывает практика, в объединениях ассоциативного и холдингового типа, носящих формальный характер, всегда преобладают вертикальные связи взаимоотношений).

Все выше сказанное позволяет сделать вывод, что достижение основных задач субъектов малого и среднего бизнеса становится возможным при своевременной, обоснованной, юридически грамотной кооперации предприятий, их объединении с целью достижения синергетического эффекта, который может намного превосходить суммарные результаты отдельно функционирующих обособленных предприятий.

Список использованных источников

1. Ансофф, И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф; пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: ПИТЕР, 2003. – 543 с.
2. Клейнер, Г. Б. Стратегия предприятия / Г. Б. Клейнер. – М.: Дело, 2008. – 568 с.
3. Томпсон-мл., А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А. А. Томпсон-мл., А. Стрикленд; пер. с англ. – 12-е изд. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2006. – 928 с.

М. Н. Ковалев

Республика Беларусь, Гомель

СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Инновационное развитие предприятий предполагает применение методов стратегического менеджмента и маркетинга. Освоению новых технологий, товаров, рынков должны предшествовать маркетинговые исследования и стратегический анализ.

Стратегиям маркетинга, по нашему мнению, принадлежит ведущая роль и центральное место в системе общекорпоративного управления. Под маркетинговой *стратегией* будем понимать основные направления и способы достижения важнейших рыночных целей.

Как управление в целом, проектирование маркетинговых стратегий начинается с определения стратегических целей предприятия (рис. 1). К ним следует отнести цели, связанные с повышением или сохранением конкурентоспособности предприятия, увеличением рыночной доли, величины прибыли и рентабельности.

Разработке стратегий предшествуют маркетинговые исследования и стратегический анализ внутренней и внешней маркетинговой среды, для осуществления которого разработано множество методов: SWOT-анализ, STEP-анализ, аудит маркетинга, портфельный анализ и т. п.

Анализируя внутреннюю среду предприятия, выявляются сильные и слабые стороны его деятельности. Анализ внешней среды предполагает исследование микро- и макросреды предприятия, выявление возможностей и угроз. С помощью модели М. Портера выявляются конкурентные силы отрасли.

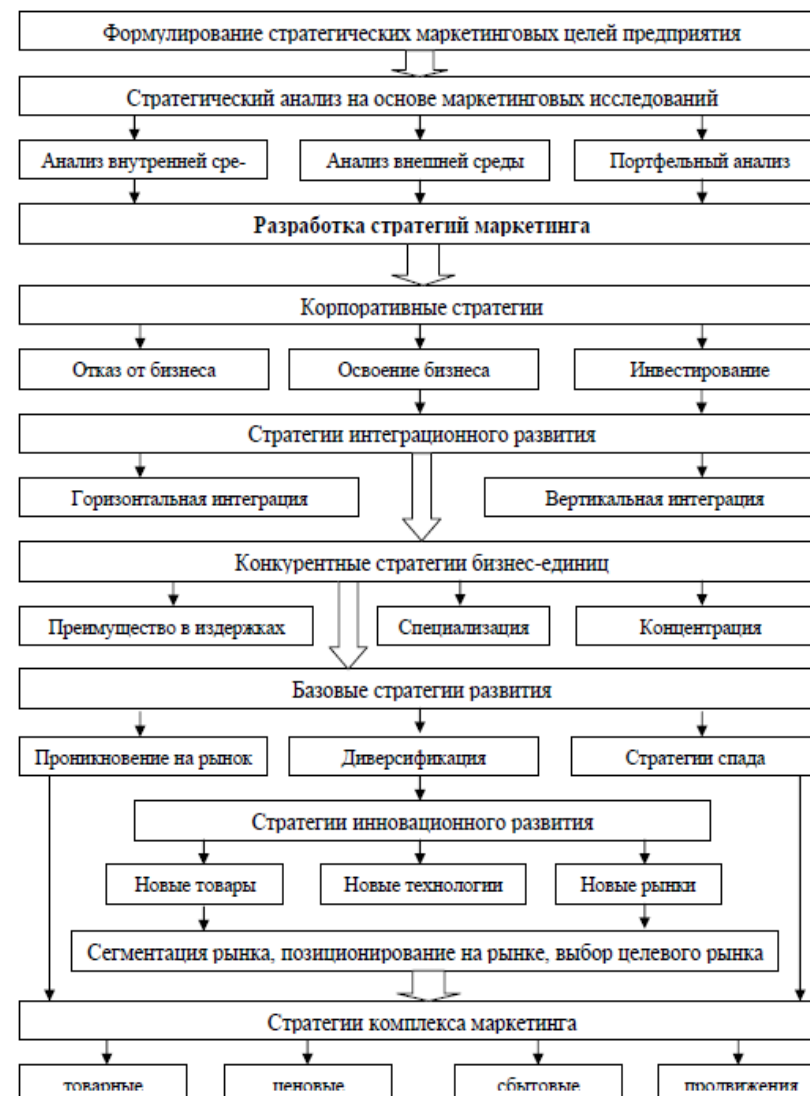


Рис. 1. Алгоритм разработки стратегий маркетинга

Для бизнес-единиц предприятия разрабатываются стратегии поведения на рынке – конкурентные стратегии [1], суть которых заключается в основном конкурентном преиму-

ществе, которое получает бизнес-единица при ее успешной реализации. Стратегия лидерства (преимущества) в издержках дает возможность понизить цену и позволяет добиться ценового конкурентного преимущества на рынке. Специализация товарной номенклатуры позволяет накопить опыт производства, добиться достижения высокого качества товаров. Реализация стратегии концентрации на узких рыночных сегментах обеспечивает высокое качество обслуживания клиентов.

Среди множества маркетинговых стратегий И. Ансофф выделяет базовые стратегии [2], определяемые набором двух значений переменных «товар» и «рынок». Стратегии освоения новых товаров и новых рынков являются важнейшими маркетинговыми стратегиями, с них начинается любой бизнес. Разработка нового товара есть не что иное, как инновация. Й. Шумпетер к инновациям относит также разработку нового рынка. Инновационное развитие предприятия предполагает разработку и внедрение новых технологий, благодаря которым можно не только создавать новые товары, но также улучшать качество существующих товаров и снижать издержки их производства.

Освоение новых товаров и новых рынков неизбежно влечет за собой необходимость стратегий пересмотра рынка и конкурентных позиций предприятия:

- 1) сегментации рынка;
- 2) позиционирования товаров и предприятия на рынке;
- 3) выбора целевых рыночных сегментов.

Определив целевой рынок, служба маркетинга предприятия выбирает дифференцированный или недифференцированный маркетинг и разрабатывает комплекс маркетинга.

Логистические стратегии зависят от стратегий маркетинга. Стратегические решения в области логистики направлены на оптимизацию материальных потоков экономической системы (в нашем случае – предприятия).

Проектирование стратегий логистики начинается с определения целей логистики. К ним следует отнести цели, связанные с повышением или сохранением конкурентоспособности предприятия, снижением логистических издержек.

Стратегии логистики базируются на товарных и сбытовых стратегиях предприятия. Именно эти, так называемые «базо-

вые» стратегии, определяют величину, разнообразие и направление материальных потоков предприятия.

Анализ логистической деятельности направлен на исследование материальных и сопутствующих им потоков в сфере закупок, производства, распределения товаров и их сервиса.

Если предприятие применяет стратегии инновационного развития, стратегии диверсификации товаров и/или рынков, то разработка логистических стратегий заключается, в первую очередь, с проектирования цепей поставок, определения стратегических поставщиков и рынков сбыта. Иначе анализируются существующие цепи поставок с целью их оптимизации.

На следующем этапе разработки стратегии определяются стратегии логистики по стадиям обращения (стратегии закупочной логистики, стратегии сбытовой логистики), производства (стратегии производственной логистики) и потребления (стратегии сервисной логистики).

Для принятия стратегических решений в области управления запасами и складирования, прежде всего, необходимо определиться с выбором системы управления материальными потоками: «тянущая» («вытягивающая») или «толкающая» («выталкивающая»).

Важное значение для определения основных направлений развития логистики предприятия играет выбор системы пополнения запасов: с фиксированным размером партии поставки или с фиксированной периодичностью пополнения запасов. От этого зависят стратегические решения в сфере складского и транспортного обеспечения предприятия.

Стратегии складского и транспортного обслуживания зависят, в первую очередь, от выбора альтернативы: инсорсинг (собственными силами) или аутсорсинг (привлечение сторонних лиц).

Таким образом, разработку стратегий инновационного развития предприятия необходимо осуществлять в неразрывной связи с проектированием стратегий маркетинга и логистики.

Список использованных источников

1. *Портер, М. Э.* Конкуренция / М. Э. Портер; пер. с англ. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2001. – 495 с.
2. *Ансофф, И.* Стратегическое управление / И. Ансофф; сокр. пер. с англ.; науч. ред. и автор предисл. Л. И. Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.

С. А. Коваленко
Республика Беларусь, Гомель

ОБУЧАЮЩЕ-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ПРИНЦИП ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Вместе со сменой образовательных парадигм в высшей школе изменяется и содержание понятия «хорошо подготовленный специалист». Если раньше во главу угла в образовательном процессе в вузе ставилась задача систематической углубленной профессиональной подготовки, то в настоящее время, не снижая требований к профессиональным знаниям, во главу угла ставится развитие творческого потенциала личности. Причины смены образовательных парадигм обусловлены изменяющимися условиями функционирования общества: мир вступает в постинформационную эпоху, когда растет спрос не на «чистых» специалистов, а на специалистов в пограничных областях знаний. Быстрое развитие новых технологий, стремительный рост объема новой научной информации, развитие междисциплинарных областей знаний и исследований делает уязвимой систему образования, нацеленную лишь на углубленную узкую специализацию.

В этой связи возникает необходимость перевода образования на новую методологическую основу. Такой основой может служить обучающе-исследовательский принцип (ОИП). Суть принципа заключается в вовлечении студентов в активную познавательную деятельность, в переориентацию учебного процесса на развитие творческого потенциала личности, воспитание культуры мышления, овладение методологией науки и, в конечном итоге, на подготовку специалиста, способного находить пути решения проблем, возникающих в профессионально-производственной и научной сфере».

Впервые основные положения ОИП были сформулированы во Всемирной Хартии университетов (1988), провозгласившей в качестве основного принципа организации учебного процесса его неразрывную связь с исследовательской деятельностью. Однако необходимо подчеркнуть, что область применения ОИП значительно шире по сравнению с традиционной организацией работы студентов в рамках студенческих научных кружков или

в период специализации студентов, хотя эти виды работы логически включаются в состав ОИП.

ОИП предполагает такую организацию учебного процесса, при которой на каждой ступени высшего образования студенты приобретают соответствующие знания, умения и навыки в ходе освоения принципов проведения научных исследований и непосредственного участия в научно-исследовательской и научно-методической деятельности. ОИП позволяет осуществить цели университетского образования, которое предполагает формирование творческой личности, отличающейся широким кругозором, базирующимся на фундаментальной общеобразовательной подготовке, а также обладающей глубокими специальными знаниями, личности, способной к решению новых задач, возникающих в изменяющихся условиях. Классический университет не может ориентироваться на подготовку репродуктивно мыслящих специалистов, поэтому ОИП должен существенно потеснить информационно-обучающий, доминирующий в настоящее время.

Учебный процесс, организованный на основе обучающе-исследовательского принципа, призван формировать у студентов: исследовательские умения; аналитический характер мышления; творческий подход к решению разнообразных задач; умение работать в коллективе в процессе изучения программного материала любой дисциплины, а не только при решении конкретной исследовательской задачи, как это предполагается при проведении научно-исследовательской работы.

Реализация ОИП в учебном процессе в каждом конкретном случае может иметь свои специфические особенности. На младших курсах следует более обоснованно говорить лишь об элементах исследовательского подхода в учебном процессе, на старших – существенная часть учебного процесса может быть организована по ОИП, поскольку к этому времени у студентов имеется определенный багаж знаний по фундаментальным дисциплинам.

Внедрение методологии научного творчества в учебный процесс на младших курсах предполагает (при сохранении методики обучения в стандартных формах: лекции, лабораторные, семинарские и практические занятия и обеспечении базового уровня получаемых знаний) формирование в сознании сту-

дентов стремления к научному пониманию и критическому осмыслению изучаемого материала. В связи с этим возникает необходимость в разработке методов обучения, позволяющих студентам перейти от роли пассивных слушателей к работе на качественно ином уровне – в поиске и открытии новых знаний. Научное творчество предполагает поиск объективно-новой информации, в учебном процессе информация для каждого студента является субъективно новой, но научные и методологические основы поиска той и другой информации могут быть сходными.

Исследовательский подход в обучении не является новым явлением в сфере педагогики. В России идея его использования была впервые выдвинута во второй половине XVIII в., однако более 100 лет потребовалось, чтобы она стала востребованной педагогическим сообществом. Исследовательский подход в обучении – это путь знакомства учащихся с методами научного познания, важное средство формирования у них научного мировоззрения, развития мышления и познавательной самостоятельности.

Сущность исследовательского подхода в обучении состоит: а) во введении общих и частных методов научного исследования в процесс учебного познания на всех его этапах (от восприятия до применения на практике); б) организации учебной и внеучебной научно-образовательной, поисково-творческой деятельности; в) актуализации внутрипредметных, межпредметных и межцикловых связей; г) усложнении содержательной и совершенствовании процессуальной сторон познавательной деятельности; д) изменении характера взаимоотношений «преподаватель – студент – коллектив учащихся» в сторону сотрудничества.

Исследовательская деятельность студентов осуществляется на двух уровнях: учебно-исследовательская деятельность в ходе аудиторных и внеаудиторных занятий, предусмотренная учебным планом, программами учебных дисциплин. К данному уровню исследований также относится выполнение курсовых и выпускных квалификационных работ; исследования, осуществляемые в рамках студенческого научно-исследовательского объединения (СНИО); данные исследования осуществляются на основе разработанных исследовательских программ.

Целью исследовательской работы студентов является развитие критического мышления. Задачи исследовательской работы: формирование мотивации к исследовательской деятельности; поэтапное овладение методами изучения и обобщения материала, постановки и проведения эксперимента, теоретического исследования по специальности; развитие критичности в осмыслении и оценке реальных экономических явлений, идей, концепций и теорий.

Исследовательская работа студентов может выполняться как индивидуально, так и коллективно. Формы работы определяются в соответствии с уровнем подготовки. Но для того, чтобы в учебном заведении «зародилась» и «состоялась» исследовательская деятельность, необходимо соблюдение двух основных условий: желание и готовность преподавателей заниматься и руководить этим видом деятельности; готовность самих студентов. ОИП позволяет реализовать индивидуальный подход к каждому из студентов, активно влияет на формирование не только предметного кругозора, но и общенаучных навыков систематизации и анализа фактов, установления причинно-следственных связей и корреляций, ведения дискуссии, выступления с докладом и т. д.

Существенное значение в реализации ОИП отводится самостоятельной работе студентов. Преподаватель при этом выступает не столько в роли транслятора нового знания, сколько в роли организатора познавательной деятельности студента, проводника в потоке информации, специалиста, готового к объяснению и обсуждению любых вопросов, связанных с освоением программы соответствующего учебного курса.

Переход к новой парадигме образования многими воспринимается как необходимость отказа от прежнего педагогического опыта. В последнее время в методической литературе появляются публикации с резкой критикой лекционно-семинарской образовательной технологии и предложениями коренным образом изменить содержание современного образования. Но в погоне за новыми методами обучения очень легко придти к снижению общетеоретической стороны подготовки студентов, уровня их профессиональной компетенции. Выход видится в гармоничном сочетании репродуктивных и активных методов обучения.

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЭНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТА

Теория и практика свидетельствует, что для эффективного управления энергетическими ресурсами, необходимо обеспечить предприятия соответствующим инструментарием и руководством по энергоменеджменту. В Республике Беларусь с 1 сентября 2009 г. действует государственный стандарт на системы управления энергопотреблением СТБ 1777-2009, который в настоящее время пересматривается с учетом международного стандарта ISO 50001:2011 «Системы энергетического менеджмента. Требования и руководство по применению». Большинство требований ISO 50001 относится к энергетической результативности. Энергетическая результативность – это измеримые результаты, относящиеся к эффективности энергопотребления.

В практике оценки энергетической эффективности субъектов хозяйствования в Республике Беларусь сложилась система показателей:

- энергоемкость основных видов продукции (нормы расход) $W_{уд}$, как отношение количество энергии W приходящееся на единицу выпускаемой продукции в натуральных единицах (штуки, тонны и т. п.):

$$W_{уд} = \frac{W}{\Pi} ; \quad (1)$$

- и целевой показатель (ЦП) по энергосбережению в целом по предприятию, который до 2011 г. рассчитывался, как отношение обобщенных энергозатрат отчетного периода W_0 к базисному (прошлому году) W_B за минусом темпов изменения объемов производства (услуг) $J_{шт}$ в процентах в сопоставимых ценах:

$$ЦП = \frac{W_0}{W_B} \cdot 100\% - J_{шт}, \quad (2)$$

и сейчас, как отношение

$$ЦП = \left(\frac{W_0}{W_B} - 1 \right) \cdot 100\% . \quad (3)$$

Для объективности оценки, которых обобщенные энергозатраты базисного периода приводятся к сопоставимым условиям по формуле:

$$W_B^{cy} = W_B + \sum \Delta W_B ,$$

где ΔW_B – величина изменений обобщенных энергозатрат в базисном периоде, зависящая для предприятий от изменений объемов производства продукции, работ и услуг, температуры наружного воздуха, продолжительности отопительного сезона и т. п. Так, например, при изменениях объемов Π и номенклатуры $i = 1, 2, \dots, n$ промышленного производства при удельных расходах энергии $W_{удi}^B$ и $W_{удi}^0$ в базисном и отчетном периодах ЦП по формуле (3) примет вид

$$ЦП = \left(\frac{\sum_{i=1}^n \Pi_i^0 \cdot W_{удi}^0}{\sum_{i=1}^n \Pi_i^0 \cdot W_{удi}^B} - 1 \right) \cdot 100\% , \quad (4)$$

и по существу оценивает относительное изменение энергоемкости объемных показателей производства продукции.

Государственный контроль эффективности энергоменеджмента предприятий, необходимость которого не оспаривается, осуществляется путем требования разработки и утверждения в органах государственного управления нормативных удельных расходов (1) и доведения ЦП (3) для каждого субъекта хозяйствования.

Вместе с тем [1], при выполнении всеми Министерствами Республики Беларусь целевого показателя по энергосбережению, не наблюдается выполнение относительного снижения прогнозного показателя, задаваемого в рамках системы государственного энергоменеджмента и используемого при международных сопоставлениях для оценки уровня энергетической безопасности и конкурентоспособности экономик, энергоемкости ВВП

$$\mathcal{E}_{ВВП} = \frac{W_{\mathcal{E}}}{\Pi_{\mathcal{E}}} ,$$

как количество энергии $W_{\mathcal{E}}$ (выражаемое в эквивалентном количестве нефти или условного топлива) затраченное на 1 доллар ВВП $\Pi_{\mathcal{E}}$ (оцененного по паритету покупательской способности):

$$\Delta \mathcal{E}_{\text{ВВП}} = \frac{\mathcal{E}_{\text{ВВП}}^{\text{П}} - \mathcal{E}_{\text{ВВП}}^{\text{Б}}}{\mathcal{E}_{\text{ВВП}}^{\text{Б}}} \times 100\%, \quad (4)$$

где $\mathcal{E}_{\text{ВВП}}^{\text{П}}$, $\mathcal{E}_{\text{ВВП}}^{\text{Б}}$ – энергоемкость экономики в планируемом и базисном периоде соответственно.

Причину такой ситуации, по мнению автора, объясняет опыт и практика работы системы энергоменеджмента БМЗ [2], который свидетельствует, что действующий в Республике Беларусь инструментарий оценки эффективности энергоменеджмента предприятий противоречит основным экономическими целями государства и предприятий: максимизации добавленной стоимости продукции и ВВП, в том числе и за счет роста конкурентоспособности. Здесь справедливо замечание редакции на статью [3], что спрашивать с предприятий надо результат – наличие прибыли и устойчивый рост, а не выполнение отдельных объемных показателей эффективности, в том числе и энергоменеджмента.

Список использованных источников

1. Данилов, К. По отчетам – экономия. В действительности – разбазаривание средств / К. Данилов, В. Кудин // Государственный контроль. – 2013. – № 3.
2. Андрианов, Н. Как совместить экономические цели предприятия с выполнением Директивы Президента Республики Беларусь № 3 / Н. Андрианов // Директор. – 2008. – № 7.
3. Шенец, Л. В. Как считать экономию энергии? / Л. В. Шенец // Директор. – 2008. – № 11.

В. В. Колодкин

Республика Беларусь, Бобруйск

ТАК ВСЕ-ТАКИ MAKE OR BUY

Решение логистической задачи «MAKE OR BUY» (МОВ) является неотъемлемой частью логистической стратегии. Некоторые зарубежные авторы определяют логистическую стратегию как инструмент конкурентной борьбы, состоящий из множества факторов, которые способствуют высокой организационной «конкурентной реактивности», т. е. способности быстрее и лучше реагировать на изменения рынка. Среди множества логистических стратегий выделяют следующие: минимизации общих логистических издержек (TCO – Total Cost of Ownership), улучшения качества логистического сервиса, минимизации инвестиций в логистическую инфраструктуру и т. д.

Стратегия аутсорсинга широко применяется в логистике: современный бизнес все чаще концентрируется на ключевых сферах деятельности и компетенциях, а непрофильные виды деятельности передает сторонним подрядчикам – аутсорсинговым компаниям. В общем виде под аутсорсингом понимается передача аутсорсинговой компании, специализирующейся в соответствующей области, некоторых бизнес-функций или частей бизнес-процессов компании. Под логистическим аутсорсингом понимается целенаправленное привлечение партнера – логистического посредника для оказания определенных логистических услуг. Аутсорсинг стал альтернативой традиционным вертикально интегрированным компаниям, поскольку позволяет организациям быть более гибкими, сосредотачиваться на ключевых компетенциях и выстраивать долгосрочные взаимовыгодные отношения.

Инсорсинг, в свою очередь, предполагает создание собственной логистической инфраструктуры и самостоятельное выполнение операционной логистической деятельности.

В большинстве случаев при передаче логистических функций и операций на аутсорсинг доминируют мотивы сокращения логистических издержек, превращения постоянных издержек в переменные и сглаживания нагрузок в пики. Экономия на издержках при партнерстве с логистическим оператором достигается за счет эффекта специализации, возникающего в силу концентрации подрядчика на ключевой сфере деятельности. Таким образом, принятие решения «инсорсинг или аутсорсинг» в логистике принимается по минимуму общих затрат – Total Cost of Ownership (TCO) (рис. 1).



Рис. 1. Схема принятия решения «Make or Buy»

В состав ТСО при решении «покупать услуги» входят такие факторы, как тарифы на услуги логистических посредников, затраты денежных и временных ресурсов на анализ качества логистического сервиса у разных поставщиков, затраты на заказы, планирование и контроллинг деятельности логистических посредников, и др. В состав ТСО при решении «делать самому» входят затраты на формирование собственной логистической инфраструктуры, расходы на собственную операционную логистическую деятельность, управленческие и накладные расходы службы логистики и др. Как пример логистизации производственных систем, рассмотрим некоторые аспекты управления в автомобильной промышленности Японии, США и Западной Европы, которые ставили целью сокращение объемов складских запасов за счет использования аутсорсинга в части поставок сырья, материалов и комплектующих в зависимости от производственных потребностей. Это позволило высвободить оборотные средства, использовавшиеся на приобретение крупных партий сырья и материалов и содержание складских площадей. Фактически это выразилось в увеличении количества поставщиков и обеспечении частых поставок небольших партий сырья, материалов и комплектующих. Так, средний японский концерн-автопроизводитель имеет около 80 поставщиков, что в 1,5–2 раза превышает количество поставщиков для таких же предприятий в США и Великобритании (табл. 1). С 2001 гг., по оценке, количество поставщиков для среднего автосборочного предприятия в Великобритании увеличилось на 7 %, а в США – более чем на 50 %.

Таблица 1

**Управление закупками
в автомобильной промышленности**

Показатель	Ед. изм.	Япония	США	Великобритания
Среднее количество поставщиков	Ед.	78	56	32
Частота срывов поставок	%	3,5	12,3	4,4
Уровень дефектности поставок	ед./млн. ед.	463	7752	3861

Следует отметить определенную связь между выбором варианта управления материальными потоками на производстве и решением логистической задачи «МОВ» (сделать или купить).

Выбор «тянущей» модели управления, как правило, сопровождается увеличением количества участников производственного процесса, т. е. тенденция к росту количества поставщиков наглядно свидетельствует о предпочтениях в решении логистической задачи «МОВ» в пользу выбора варианта «купить». При этом констатируем, что увеличение количества поставщиков не сказывается на качестве поставляемых сырья, материалов и комплектующих. По данным из различных источников, в стоимости изделий промышленной группы, производимых фирмой «Тойота», стоимость комплектующих, получаемых от предприятий – поставщиков может достигать до 70 %.

И. А. Кондаурова
Украина, Донецк

ИНСТИТУТ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ

В последнее время важнейшим теоретико-методологическим и научно-практическим фундаментом экономического развития становится концепция экономики знаний. Знания выступают не только главным условием участия государства в глобальной конкуренции, но и становятся основным экономическим ресурсом, базисом создания и внедрения инноваций.

В современном обществе сфера образования и высшее образование, в частности, становится определяющим фактором динамичного социально-экономического развития страны. В то же время, его высокое качество возможно только при условии формирования в государстве эффективных институтов его функционирования.

Исследованию теоретических и прикладных аспектов роли образования в контексте формирования информационного общества и экономики знаний посвящены работы ряда известных ученых: Дж. К. Гэлбрейт, П. Друкер, В. Иноземцев, Г. Канн, М. Кастельс, Ф. Махлуп, Б. Мильнер, Д. Норт, Р. Нуреев, А. Тоффлер и др. [1; 2].

Выяснение места и роли образования в системе социально-экономической деятельности требует четкого представления о сути образования, теоретического выражения реально существующего явления как ведущего общественного института, активного фактора формирования экономики знаний.

Но, следует отметить, что представляя образование в широком смысле как процесс воспитания и обучения человека, с экономической точки зрения его следует рассматривать как организованную определенным образом систему, направленную на достижение конкретных целей, как сферу осуществления конкретной общественной деятельности.

По нашему мнению, институциональное единство общества достигается исключительно на основе сбалансированного сочетания следующих элементов: во-первых, институтов-норм (совокупность норм и нормативно-правовых актов, регламентирующих общественные отношения); во-вторых, институтов-организаций (государственные и негосударственные организации, которые обеспечивают функционирование общественных институтов в соответствии с установленными нормами) [3].

При этом институт высшего образования является тем звеном, которое объединяет политические, экономические и социальные институты, ведь высокая образованность большей части населения является необходимым условием и определяющим фактором современного инновационного развития, перехода общества к экономике знаний.

Выступая в качестве ведущего фактора формирования экономики знаний, институт высшего образования призван выполнять следующий комплекс задач:

- формирование нового образа жизни, который интегрирует в себе человеческое развитие, непрерывное творчество, социальную стабильность и экологическое равновесие;
- накопление интеллектуального, социального и человеческого капиталов;
- содействие распространению инновационной культуры;
- подготовка молодежи к выполнению новых, более сложных трудовых функций в системе экономики знаний;
- укрепление основ духовности общества;
- расширение возможностей людей реализоваться в трудовой сфере, что является важным условием быстрого инновационного развития;

Современной формой интеграции науки, образования и рынка труда выступает исследовательский университет. Сущность исследовательского университета, впервые системно сформулированная В. Гумбольдтом в XIX в., состоит в ин-

теграции учебного процесса и фундаментальных научных исследований. Вокруг современного университета создаются исследовательские парки как форма интегрированного развития науки, образования и бизнеса. Исследовательский парк является по сути объединенной вокруг исследовательского университета научно-производственной, учебной и социально-культурной зоной обеспечения непрерывного инновационного цикла.

Но предоставление образовательных услуг в исследовательских университетах должно обеспечиваться исключительно на основе: тесной интеграции образования и научных исследований, в том числе, использования исследований в обучении студентов; проведения актуальных фундаментальных и прикладных научных исследований, ориентированных на приоритетные для государства направления науки и техники, высокие технологии и инновационное развитие экономики; наличия комплексной многоступенчатой системы подготовки научных кадров (магистратура, аспирантура и докторантура), успешную деятельность которых определяют высокопрофессиональные преподаватели и ученые; информационной открытости и интеграции в мировую систему образования и науки, способности к восприятию мирового опыта и гибкости в отношении новых направлений научных исследований и методологии обучения; формирования вокруг университета интеллектуально наполненной, инновационной среды, благодаря которой значительная часть финансирования науки осуществляется промышленностью и рыночными структурами.

По мнению А. В. Куклина, институциональное единство высшего образования как важного общественного института достигается сбалансированным сочетанием [3]:

- системы образования, которая воплощает нормативные характеристики образования;
- процесса образования, отражающего его непрерывность и динамичность;
- результата образования, который обуславливает сформированный уровень знаний и компетенций выпускников.

При этом сфера высшего образования представляет собой полифункциональную систему с присущими ей основными функциями, которые можно сгруппировать следующим об-

разом: соціально-економічні функції, пов'язані з формуванням і розвитком інтелектуального, технічного і кадрового потенціалу; соціально-політичні, пов'язані з забезпеченням безпеки суспільства, суспільного контролю, соціальної мобільності, стійкого розвитку суспільства його співвідношення з цивілізаційним процесом; соціокультурні, що дозволяють розвивати і зберігати духовне насліддя суспільства.

Основним пріоритетом удосконалення механізму реалізації функцій вищої освіти, соціально-економічної в частині, в умовах становлення економіки знань являється трансформація внутрішнього економічного механізму функціонування інституту вищої освіти, направлена на посилення взаємодії з інститутами зовнішнього середовища. В частині, інтеграція з органами державного управління – для формування і реалізації державної політики, направленої на становлення економіки знань; з бізнесом – для забезпечення комерціалізації знань; з ринком праці – для вивчення попиту і адаптації виробників освітніх послуг до вимог до якісних характеристик і кількісному складу випуску спеціалістів.

Це забезпечить підвищення якості освіти, посилення її практичної складової в сукупності з наданням фундаментальних знань, узгодження попиту і пропозицій на ринку освітніх послуг, посилення кореляції зарплати працівників з рівнем їх кваліфікації. Таким чином, буде виконана задача підвищення рівня ефективності функціонування інституту вищої освіти в цілому.

Список использованных источников

1. Кондаурова, І. О. Інституційні аспекти становлення економіки знань / І. О. Кондаурова // Проблеми розвитку внешнеекономічних зв'язей і привертання іноземних інвестицій: регіональний аспект: сб. науч. тр. – Донецьк: ДонНУ, 2010. – Ч. 1. – С. 130–132.

2. Кендюхов, О. В. Стратегічне управління національним економічним розвитком: монографія / О. В. Кендюхов [та ін.]. – Донецьк: «ДВНЗ» ДонНТУ, 2013. – Т. 2. – 392 с.

3. Куклін О. В. Економічні аспекти вищої освіти: монографія / О. В. Куклін. – К.: Знання України, 2008. – 331 с.

РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В настоящее время широко признается факт влияния инновационной активности на конкурентоспособность предприятия. Изучению механизмов инновационной деятельности и конкурентоспособности как важных экономических категорий современной экономики за последние десятилетия посвящен ряд отечественных и зарубежных исследований.

Исследованиям инноваций посвящены многочисленные работы ученых: А. Баркера, П. Друкера, Ф. Янсена, В. М. Аньшина, А. А. Дагаева, С. Н. Коменденко и др. Конкуренция и конкурентоспособность исследовались многими авторами, такими как П. Хейне, Ф. Найт, К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю, М. Портер, Р. Фатхутдинов, И. Б. Гурков, С. Литовченко, А. Кендюхов, И. Кондаурова и др.

Большинство прогрессивных нововведений находит реальное воплощение в создании наукоемкой и конкурентоспособной продукции, что является одним из важных результатов инновационной деятельности. Диапазон распространения нововведений расширяется в результате практической деятельности, когда их ценность проявляется при вступлении в контакт с человеком, его потребностями. Ценностные отношения образуют особую группу факторов регуляции в рыночной экономике. При этом с развитием науки и техники все большее значение в стоимости товаров придается затратам интеллектуального, а не физического труда.

В целостную систему инновационной деятельности входят такие составляющие компоненты, как наука, технология, экономика и образование. Отсутствие любого из компонентов приведет к нарушению целостности системы инновационной деятельности и как следствие к снижению конкурентоспособности. Точно также недостаточное внимание к развитию одного из компонентов целостной системы снизит результативность ее функционирования. Например, игнорирование развития науки негативно отразится на конкурентоспособности продукции, так как уменьшится ее наукоемкость. В свою очередь недостаточное

внимание к сфере образования приведет к обострению кадровых проблем не только в учреждениях науки и предприятиях, создающих новую продукцию, но и в отраслях экономики [1, с. 213–214].

Известно, что первым ввел понятие «инновация» австрийский экономист Й. Шумпетер, который определил его как коммерциализацию всех новых комбинаций, основанных на применении новых материалов и компонентов, введении новых процессов, открытии новых рынков и введении новых организационных форм и их комбинаций. Й. Шумпетер был одним из первых, кто изучал взаимосвязь инноваций и конкуренции. Когда изменение происходит только на уровне технологии, Шумпетер называл его «изобретением». И только тогда, когда к «изобретениям» подключается бизнес, они становятся инновациями. Другими словами, инновации – это диалектическое единство идеи, производства и бизнеса [2].

Сегодня в основе конкурентоспособности предприятия лежит его способность воспринимать различного рода нововведения, основанные на новых знаниях, что обусловлено наличием соответствующих стимулов и механизмов самосовершенствования технологий и продукции. Анализ проблем повышения конкурентоспособности предприятий показывает, что именно активизация инновационной деятельности предприятия является залогом получения им конкурентных преимуществ.

При этом под активизацией инновационной деятельности следует понимать побуждение и поощрение работников к деятельности, связанной с созданием и внедрением нововведений, использованием инноваций путем применения определенной системы принципов, методов и стимулов, повышение количества внедряемых инноваций на предприятии, увеличение объема выпуска инновационной продукции.

Многие предприятия сегодня уже осознают необходимость постоянного поиска, разработки новых продуктов и технологий, а также активизации инновационной деятельности. Это обусловлено многими факторами, прежде всего, обострением конкуренции производителей, развитием и диверсификацией новых технологий. Кроме того, повышение требований к продукции на рынке и изменения предпочтений покупателей требуют от предприятий своевременного реагирования для про-

изводства и продажи на рынке продуктов, отвечающих всем требованиям потребителей [1, с. 107].

Причем инновации в этом случае могут представлять собой новый дизайн продукта, новую технологию, новый метод управления, новый подход к маркетингу. Часто становятся инновациями идеи, которые не применялись целенаправленно. При этом всегда происходит вложение капитала в повышение квалификации и получение знаний, в физические активы и повышение репутации торговой марки. Взаимосвязь инноваций и конкурентоспособности предприятия проявляется в том, что уровень развития инновационного потенциала предприятия оказывает влияние на его инновационные возможности, создание и использование передовых подходов к производству продукции, повышение «инновационности» продукции, прогрессивности технологии и уровня конкурентных преимуществ. А реализация конкурентных возможностей повышает общий уровень конкурентоспособности предприятия.

Мировая практика свидетельствует о том, что разработка и внедрение инноваций – это не только путь к повышению конкурентоспособности предприятия, но и серьезный стимул экономического развития страны. Инновационные процессы во многом определяют направления и тенденции будущего развития. В конкурентной борьбе сохраняют и расширяют свои позиции только те страны, которые более широко применяют новшества и развивают инновационную сферу.

Современные тенденции развития общественного производства свидетельствуют о том, что практически все технические, организационные, управленческие и другие изменения происходят сегодня заметно быстрее, чем раньше. В результате обостряется конкурентная борьба, в которой более успешными оказываются предприятия, которые направляют значительные силы на создание разнообразных новшеств.

Масштабность этих новшеств постоянно растет, что приведет к возникновению и расширению рынка конкурирующих нововведений, лучшие положения на котором будут занимать предприятия, осуществляющие активную инновационную деятельность. Такая деятельность, охватывая все стороны функционирования предприятия, становится одним из ключевых источников повышения его конкурентоспособности. Поэтому внедрение инноваций предприятиями все больше рассматри-

вается как единственный способ повышения конкурентоспособности производимых товаров, поддержания высоких темпов развития и уровня доходности [3, с. 58].

Таким образом, обеспечение конкурентоспособности предприятия в современных условиях может быть достигнуто только на основе соответствующим образом организованного процесса активизации инновационной деятельности. Разработка и внедрение инноваций является основой повышения конкурентоспособности предприятия и стимулом экономического развития страны в целом.

Список использованных источников

1. *Кирицнер, И.* Конкуренция и предпринимательство / И. Кирицнер. – М.: ЮНИТИ, 2001. – 302 с.
2. Маркетинговий менеджмент конкурентоспроможності підприємства: стратегічний підхід та системні рішення: монографія / О. В. Кендюхов [та ін.]. – Донецьк: ДВНЗ «ДонНТУ», 2014.
3. *Фатхутдинов, Р. А.* Управление конкурентоспособностью организации / Р. А. Фатхутдинов. – М.: Маркет-ДС, 2008. – 412 с.

Т. В. Корнилова
Украина, Донецк

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ И ПОДХОДЫ К ОБУЧЕНИЮ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ СТУДЕНТОВ НЕЯЗЫКОВЫХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

Обучение иностранному языку (далее – ИЯ) является неотъемлемой составляющей процесса формирования специалиста с высшим образованием любого профиля. Считается, что современный специалист должен активно владеть хотя бы одним ИЯ как инструментом общения (коммуникативный подход – *communicative approach*) в социально обусловленных сферах повседневной жизни и своей профессиональной деятельности. Студенты с высоким уровнем владения ИЯ оказываются способными в будущем выдержать конкуренцию на рынке труда и занять достойное место в обществе. Чтобы научить студентов ИЯ в объеме, необходимом им в будущей профессиональной деятельности, невозможно ограничиться традиционными подходами, следует переосмыслить цели и содержание курса.

Особенностью ИЯ как учебной дисциплины является то, что он, по определению И. А. Зимней, «беспредметен»: «Язык является *средством* формирования и затем формой существования и выражения мысли об объективной действительности», которая является объектом изучения других дисциплин [1, с. 33]. Таким образом, ИЯ открыт для использования информации из различных областей знаний.

Осознание того, что язык адаптируется в соответствии со спецификой конкретной коммуникативной сферы, привело к необходимости корректировать содержание обучения в зависимости от мотивации и индивидуальных потребностей обучаемых. Данный подход в современной лингво-дидактике получил название личностно-ориентированного (*learner-centered approach*). С этой точки зрения организация процесса обучения ИЯ происходит с учетом профессиональной ориентации студентов. В этой связи в лингвистике и методике возникло понятие «язык для специальных целей» (*Language for specific purposes* – далее по тексту LSP), которое используется для обозначения функциональной разновидности языка, призванной обеспечить адекватное и эффективное общение специалистов в определенной предметной области. Большой вклад в разработку теории профессионально-ориентированного преподавания ИЯ внес М. В. Ляховицкий. Автор подчеркивал, что изучение ИЯ не должно быть самоцелью, а средством достижения цели повышения уровня образованности, эрудиции в рамках своей узкой специальности. Предусматривается обучение не столько системе языка, свойственное филологическому образованию, сколько практическому овладению им.

Таким образом, в наши дни приоритетной целью обучения LSP, как средству специальной коммуникации, является формирование и развитие коммуникативной компетенции (компетентностный подход – *competence-based approach*). Студенты должны научиться общению, передаче и восприятию информации на ИЯ. Им предстоит овладеть определенными интеллектуальными, творческими и коммуникативными умениями: уметь лаконично и грамотно излагать свои мысли, вести дискуссию, отстаивать свою точку зрения, подкрепляя ее вескими аргументами; уметь слушать и слышать собеседника, при необходимости находить компромисс; а также работать с иноязычным текстом, осу-

щественно искать необходимой информации, анализировать ее, выделять основную мысль, делать обобщения и выводы; уметь работать с разнообразным справочным материалом, специальной литературой на ИЯ с целью получения профессиональной информации и т. д.

Личностно-ориентированный подход к обучению LSP в сочетании с речевой направленностью – коммуникативностью – учебного процесса обуславливают необходимость поиска и внедрения новых методов преподавания, призванных стимулировать у студентов желание и готовность вступать в процесс общения; вырабатывать уверенность в своих силах, а также способность реализовывать цели коммуникативного акта.

Одним из таких методов, который отвечает целям и задачам преподавания LSP, является метод интерактивного обучения (interactive learning method). Однако в современной дидактике нет единого мнения о сущности и содержании интерактивного обучения, поэтому данное понятие требует дальнейшего уточнения и доработки. Отмечается, что сама идея интерактивности в обучении возникла в середине 1990-х гг. с появлением первого веб-браузера, и сегодня ряд специалистов трактует это понятие как обучение с использованием информационных технологий, электронных средств обучения (электронные доски, учебники и т. д.), компьютерных сетей и ресурсов сети Интернет. Существует также и более широкое толкование: интерактивный от английского «interact» («inter-» – «взаимо-, меж-, между-», «act» – «действовать»), т. е. способность взаимодействовать или находиться в режиме диалога с чем-либо (например, компьютером) или кем-либо (человеком). И. Ю. Тарханова, ссылаясь на мнение ряда исследователей, указывает, что такая «дефинитивная неопределенность снижает возможность применения технологического подхода к определению сущности и содержания образовательных интеракций, поскольку специфика педагогических технологий состоит в том, что учебный процесс, построенный на их основе, должен гарантировать достижение поставленных целей. Интерактивное обучение подразумевает вполне конкретные и прогнозируемые цели, например, создание комфортных условий, при которых обучающийся чувствует свою успешность, свою интеллектуальную состоятельность, что делает продуктивным сам процесс обучения» [2, с. 7–8].

Достигнуть этих целей можно различными способами. Успех их использования напрямую зависит от компетентности преподавателя, который организует взаимодействие участников. По сравнению с традиционным подходом в интерактивном обучении роль преподавателя меняется существенно. «Его активность уступает место активности обучающихся, а основной задачей становится управление образовательным процессом через организацию взаимодействия всех его участников, создание условий для их инициативы и творческого поиска эффективных решений» [2, с. 8].

Выбор интерактивного стиля обучения ИЯ позволяет моделировать различные коммуникативные ситуации в аудиторном режиме. Существует множество интерактивных видов деятельности, среди которых можно выделить следующие: работа в парах, в малых группах; обучающие игры (ролевые, деловые и образовательные игры, имитации); творческие задания; презентации; использование кейс-метода; социальные проекты; изучение и закрепление нового материала в форме интерактивного занятия с использованием методик «студент в роли преподавателя», «каждый учит каждого»; обсуждение сложных, дискуссионных вопросов и проблем (проективные техники, дискуссии в стиле телевизионного ток-шоу, дебаты, конференция, симпозиум); разрешение проблем («Дерево решений», «Мозговой штурм») и др. Как видим, данный метод оставляет много пространства для творчества преподавателя и вполне реализует принципы коммуникативного подхода, поскольку интерактивное обучение LSP понимается как «активное взаимодействие всех участников учебного процесса (включая самого преподавателя), при котором происходит взаимообогащающий обмен аутентичной профессионально значимой информацией на иностранном языке и приобретение умений профессионального общения» [3, с. 22].

Некоторые авторы отождествляют интерактивный и коммуникативный подходы, утверждая, что «интерактивная модель овладения языком предполагает, что обучение происходит во время и в процессе участия в языковых актах (speech events)» [3, с. 21]. Другие определяют интерактивный метод как модифицированный прямой метод, включающий ряд других методов. Следовательно, интерактивный подход к преподаванию LSP позволяет преодолеть конфликт между

традиционными и инновационными методами, допуская их комплексное использование на разных уровнях и этапах обучения профессионально-ориентированному ИЯ, делая возможным формировать интегрированные умения в системе методического принципа взаимосвязанного развития всех видов речевой деятельности (интегрированный поход – *integrated-skills approach*).

Список использованных источников

1. *Зимняя, И. А.* Психология обучения иностранным языкам в школе / И. А. Зимняя. – М.: Просвещение, 1991. – 222 с.
2. *Тарханова, И. Ю.* Интерактивные стратегии организации образовательного процесса в вузе: учеб. пособие / И. Ю. Тарханова. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2012. – 67 с.
3. *Алексеева, Л. А.* Методика обучения профессионально ориентированному языку. Курс лекций: метод. пособие / Л. А. Алексеева. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2007. – 136 с.

С. И. Кравченко, О. Г. Шаповалова
Украина, Донецк

ИННОВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ ПЕРСОНАЛА КАК ОБЪЕКТ МОТИВАЦИИ

Одним из важных факторов успеха реализации инновационных проектов является эффективное управление персоналом, которое предусматривает побуждение сотрудников к творческой работе, развитие их инициативности и положительного восприятия протекания нововведений. Именно привлечение инструментов и технологий, направленных на выявление и использование внутренних побуждений и целей работника, т. е. мотивация, является действенным средством повышения инновационной активности персонала.

Выделение инновационной деятельности, как особого рода целенаправленной активности работников по созданию и внедрению новшеств, привело к появлению интереса к деятельности инноваторов, их мотивационной сфере. В той или другой мере проблемы мотивации в инновационной деятельности затрагивали в своих работах такие специалисты как П. Друкер, Д. Канеман, Дж. Нейсбит, Т. Питерс, Дж. Ронен, А. Тверски, Р. Уотермен, А. Маслоу и др. Вместе с тем, вопросы исследова-

ния специфики мотивации именно инновационной деятельности в литературе проработаны не в полной мере и характеризуются фрагментарностью.

Целью статьи является уточнение сущности инновационной активности персонала как объекта мотивации на основе анализа и систематизации существующих подходов к современной трактовке содержания инновационной деятельности и мотивации.

Как показывает практика, мероприятия по мотивации персонала могут быть эффективными лишь в случае, когда они учитывают особенности объекта мотивации. В этом отношении инновационная деятельность является специфичной. Так, процесс разработки и внедрения новшеств характеризуется неопределенностью и многовариантностью, кроме того, он не является разовым актом, что приносит особую сложность осуществления. Таким образом, задачи мотивации инновационной работы, как одной из функций управления, должны решаться с учетом сложности и противоречивости этого вида деятельности. Во-первых, необходимо добиться повышения творческой активности, стимулировать поиск нестандартных решений, создать и поддерживать атмосферу новаторства и изобретательства. Во-вторых, в условиях рыночной экономики необходимо обеспечить коммерческий результат инновационной работы, что выражается в конкретных показателях эффективности: росте прибыли, снижении затрат, повышении качества продукции.

В свою очередь, обобщая результаты современных исследований, можно выделить несколько общих подходов к трактовке инновационной активности работников в зависимости от ее уровня и вида деятельности персонала. Сторонники первого подхода отмечают, что инновационная активность - это готовность персонала к разработке и внедрению нововведений при условиях поддержки и поощрения со стороны руководства предприятия. Так, П. Друкер, Б. Твисс, П. Самуэльсон в значительной мере отождествляют инновационную активность с творческой деятельностью работников. Т. е., для реализации мотивации персонала к инновационной активности необходимо использование инструментария, который контролирует именно мотивы к проявлению творчества и восприятию нововведений. Тем не менее, в данном подходе не учитывается

наличие инициативы со стороны персонала к осуществлению инновационной деятельности.

Сторонники другой точки зрения (например, Л. К. Семив, М. М. Вороновская) считают, что инновационная активность – это целенаправленная ситуативная деятельность по конструированию, созданию и освоению качественно новых продуктов, объектов интеллектуальной собственности, внедрение более совершенных технологий, форм организации и управления производством. Таким образом, полагается, что активность персонала в сфере нововведений является осознанной и направленной на достижение определенной цели. Этот подход представляется более актуальным с позиции управления инновационной деятельностью предприятий, но он не акцентирует внимание на роли руководства в повышении инновационной активности работников.

В теории управления инновационными проектами также существует подход, что инновационная активность – это одно из проявлений трудовой активности, связанной с реализацией творческих способностей, приобретенных знаний, профессионализма, способность к разработке и внедрению нововведений независимо от сферы деятельности. Сторонниками этого подхода являются такие ученые, как А. М. Колот, О. Е. Кузьмин, М. В. Семькина и другие. Указанный вариант сопоставляет инновационную активность с обычной трудовой деятельностью, т. е. не выделяет специфику инновационной деятельности от рутинной работы, что может отрицательно сказаться на эффективности управления инновационными процессами.

В целом, обобщая вышеизложенное, можно указать, что инновационная активность персонала как объект мотивации – это способность и стремление работников к разработке и внедрению нововведений путем применения творческих, профессиональных и интеллектуальных способностей при условиях формирования руководством потребности персонала в познании, продуцировании и использовании новых знаний.

Предложенный подход базируется на важности учета особого характера инновационной деятельности, что в свою очередь будет способствовать повышению эффективности использования инструментов мотивации с целью побуждения персонала к повышению инновационной активности.

З. И. Кузьменок, Н. П. Винницкая
Республика Беларусь, Бобруйск

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В Программе государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в Беларуси на 2013–2015 гг. отмечено, что предпринимательство в Республике Беларусь представляет собой перспективно развивающийся сектор экономики, постепенно увеличивающий свой вклад в обеспечение общего экономического роста. Малый и средний бизнес способствует формированию здоровой конкурентной среды в стране, росту производства потребительских товаров и развитию сферы услуг, созданию новых рабочих мест и в целом повышению уровня жизни населения.

Мировой опыт свидетельствует, что малые и средние предприятия вносят существенный вклад в экономику государств. Они играют важную роль в экономическом росте страны, ее инновационном развитии, а также оказывают благоприятное влияние на уровень жизни и занятость населения. Результаты исследований, проведенных в 2000-е гг., показывают положительную связь между вкладом МСП в валовой внутренний продукт и уровнем дохода на душу населения. В странах с низким уровнем дохода на душу населения на долю МСП приходится в среднем около 16 % ВВП, в странах со средним уровнем дохода – 39 %, с высоким уровнем дохода – 51 % ВВП. В странах с высоким уровнем дохода малый и средний бизнес генерирует более 60 % рабочих мест, со средним уровнем – около 55 %, а с низким уровнем – немногим более 30 %.

В последние годы важность малого и среднего бизнеса в белорусской экономике неоднократно подчеркивалась и подтверждалась на самом высоком государственном уровне. Планируется довести долю малого и среднего бизнеса в ВВП до 30 % и обеспечить численность занятых в этом секторе до 1,8 млн человек.

В 2014 г. в Беларуси сохранилась тенденция увеличения числа субъектов малого и среднего предпринимательства, но в отличие от предыдущих лет – за счет малых организаций (численность персонала – до 100 человек), а не за счет микроор-

ганизаций (численность персонала – до 15 человек). По сравнению с 2013 г. количество этих фирм выросло на 5,0 %, в то время как микроорганизаций – на 2,6 %, а средних организаций – сократилось на 0,2 %.

Таким образом, в 2014 г. микроорганизации составляли 87,01 % от общего числа МСП, малые организации – 10,9 % и средние организации – 2,1 %.

По состоянию на 1 января 2015 года в республике зарегистрировано 363 160 субъектов хозяйствования, представляющих сектор малого и среднего предпринимательства. Из них: индивидуальные предприниматели – 248 952, микроорганизации – 99 368, малые организации – 12 424, субъекты среднего предпринимательства – 2416. По сравнению с началом 2014 г. количество субъектов малого и среднего предпринимательства увеличилось на 3502 единиц или 0,97 %.

Увеличение доли малых и средних предприятий в экономике создает благоприятные условия для повышения эффективности по следующим причинам. Предприниматели организуют дополнительные рабочие места (совершенствование трудовых отношений в регионе), более активно внедряют новые технологии, быстрее реагируют на изменения внешней среды, т. е. повышают не только эффективность, но и устойчивость всей экономики.

В условиях глобализации мировой экономики, развития рыночных отношений в Республике Беларусь для проведения научного обоснования социальных и экономических реформ особое значение приобретают вопросы управления эффективностью с целью разработки стратегических направлений ее повышения, и исследование эффективности развития малого и среднего предпринимательства является весьма актуальным.

Для оценки эффективности развития малого предпринимательства по регионам Республики Беларусь было использовано корреляционно-регрессионное моделирование.

К результирующему показателю (Y) эффективности развития малого предпринимательства мы отнесли долю валового оборота малых предприятий региона в валовом региональном продукте (ВРП). К факторным показателям: X_1 – рентабельность продукции малых предприятий и X_2 – производительность труда на малых предприятиях. Период расчета – 12 лет.

Проведенный корреляционно-регрессионный анализ (таблица 1) показал, что наибольшую связь доля валового оборота малых предприятий региона имеет с производительностью труда на малых предприятиях в Гродненской области (0,890) и в г. Минске (0,728).

Таблица 1

**Однофакторные модели эффективности развития
малого предпринимательства по регионам**

Регион	Однофакторная модель	
	X_1 – рентабельность продукции малых предприятий	X_2 – производительность труда на малых предприятиях
Брестская область	$y = 17,104 + 0,042x_1$	$y = 14,876 + 0,0007x_2$
Витебская область	$y = 9,119 + 0,655x_1$	$y = 14,017 + 0,0005x_2$
Гомельская область	$y = 12,753 + 0,083x_1$	$y = 10,960 + 0,0003x_2$
Гродненская область	$y = 10,397 + 0,392x_1$	$y = 12,029 + 0,0008x_2$
г. Минск	$y = 65,026 + 1,663x_1$	$y = 37,116 + 0,0005x_2$
Минская область	$y = 8,113 + 0,987x_1$	$y = 16,151 + 0,0006x_2$
Могилевская область	$y = 12,565 + 0,434x_1$	$y = 15,165 + 0,0005x_2$

Умеренная связь доли валового оборота малых предприятий с производительностью труда наблюдается в Минской области (0,623). Доля валового оборота малых предприятий региона имеет заметную связь с производительностью труда в Брестской области (0,546) и в Витебской области (0,452), с рентабельностью продукции в Витебской области (0,469).

Проверив на значимость коэффициенты регрессии, можно отметить, что значение коэффициентов регрессии b_1 (3,119) – производительность труда, и b_2 (3,011) – рентабельность продукции наиболее значимы в Витебской области, так как соответствующие расчетные значения критериев Стьюдента превышают $t_{табл}$ (2,201).

Оценка коэффициентов регрессии b_2 – производительность труда имеют значимость также в Брестской области (3,640), Гродненской (6,839), г. Минске (5,427), Минской области (4,259). Остальные показатели незначительно влияют на долю валового оборота малых предприятий по регионам, так как значения критериев ниже табличного.

Многофакторные модели по каждому региону отражены в таблице 2.

Таблица 2

**Многофакторные модели эффективности развития
малого предпринимательства по регионам**

Регион	Многофакторная модель
Брестская область	$y = 14,407 + 0,041x_1 + 0,0007x_2$
Витебская область	$y = 10,571 + 0,414x_1 + 0,0003x_2$
Гомельская область	$y = 12,202 - 0,110x_1 + 0,0003x_2$
Гродненская область	$y = 8,462 + 0,281x_1 + 0,0008x_2$
г. Минск	$y = 40,619 - 0,260x_1 + 0,0004x_2$
Минская область	$y = 10,709 + 0,454x_1 + 0,0006x_2$
Могилевская область	$y = 11,525 + 0,378x_1 + 0,0005x_2$

Построение многофакторных моделей по эффективности развития малого предпринимательства позволяет сделать вывод о высокой степени зависимости факторов в Гродненской области (0,835), г. Минске (0,732). Умеренной – в Брестской (0,547) и Витебской (0,564), Минской (0,623) областях; низкой – в Гомельской области (0,285) и в Могилевской области (0,260).

Таким образом, проведенный анализ позволяет оценить эффективность развития малого предпринимательства в регионах Республики Беларусь и дает возможность разработки основных направлений их развития.

Список использованных источников

1. Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь: стат. сб. / Национальный статистический комитет Республики Беларусь; редкол.: И. В. Медведева [и др.]. – Минск, 2015. – 442 с.
2. Скиба, А. Белорусский малый и средний бизнес: результаты деятельности и тенденции развития [Электронный ресурс] / А. Скиба; Исследовательский центр ИПМ. – Минск, 2014. – 22 с. – Режим доступа: <http://www.research.by/publications>. – Дата доступа: 05.06.2015.

Т. А. Куликова

Республика Беларусь, Бобруйск

ТРАНСФОРМАЦИЯ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ИЛИ ПАРАЛЛЕЛЬНЫЙ УЧЕТ?

Действующая система бухгалтерского учета должна отвечать требованиям экономических отношений. Изменение этих

отношений неминуемо влечет за собой перестройку системы бухгалтерского учета.

В условиях рыночных отношений прежняя система учета перестала эффективно выполнять свои функции, основой которых является достоверное информирование о финансово-хозяйственной деятельности организации.

Таким образом, необходимость реформирования бухгалтерского учета вызвана потребностью в адекватной трансформации бухгалтерского учета в связи с изменением экономических отношений.

Бухгалтерский учет должен основываться на общих принципах, чтобы информация финансовой отчетности была понятна, достоверна и сопоставима для любых пользователей из разных стран. Лучшая из ныне существующих систем – это международные стандарты финансовой отчетности. Поэтому в Республике Беларусь стержнем реформирования выступили международные стандарты финансовой отчетности – МСФО (Государственная программа перехода на международные стандарты бухгалтерского учета в Республике Беларусь, утвержденная Постановлением Совета Министров от 04.05.98 № 694).

Необходимость составления отчетности по МСФО вызвана объективными причинами. Так, отчетность, составленная по МСФО позволит на конкурентной основе участвовать в борьбе за иностранные инвестиции (внешние факторы), а также повысить качество отчетности для отечественных пользователей в результате ее прозрачности и сопоставимости (внутренние факторы).

Получение отчетности, соответствующей требованиям МСФО, возможно в результате ведения параллельного учета или трансформации финансовой отчетности в соответствии с требованиями международных стандартов.

Ведение параллельного учета подразумевает отражение фактов хозяйственной жизни в регистрах бухгалтерского учета по операциям в соответствии с правилами МСФО. Таким образом, каждый факт хозяйственной жизни учитывается дважды (дублируется): первый раз – в системе учета по национальной системе бухгалтерского учета (НСБУ), второй – по МСФО.

Трансформация белорусской отчетности в отчетность, составленную в соответствии с МСФО, – это процесс составления отчетности по МСФО на основе данных отчетности, сформированной

по НСБУ, посредством изменения признания (классификации и оценки) и раскрытия информации об объектах бухгалтерского учета в соответствии с требованиями МСФО.

Для того, чтобы выполнить трансформацию отчетности, сформированной по НСБУ, в отчетность, соответствующую требованиям МСФО, необходимо знать белорусские правила бухгалтерского учета, а также специфику финансово-хозяйственной деятельности организации, отчетность которой трансформируется, знать положения документов системы МСФО, интерпретации, принципы составления и представления финансовой отчетности, обладать аналитическими способностями и техническими возможностями выявления отличий учета и отчетности объектов и операций по НСБУ и МСФО для того, чтобы внести соответствующие корректировки в отчетность.

Проведем сравнительный анализ двух технологий подготовки отчетности по МСФО в таблице 1.

Таблица 1

Сравнительный анализ двух технологий подготовки отчетности по МСФО: трансформации отчетности по НСБУ и параллельного ведения учета

Критерии сравнения	Трансформация отчетности по НСБУ в отчетность по МСФО	Параллельное ведение учета операций предприятия как по НСБУ, так и по МСФО
Суть технологии подготовки отчетности по МСФО	Адаптация и конверсия отчетности по НСБУ путем переклассификации счетов и операций и учета корректировок данных белорусского учета в соответствии с требованиями МСФО	Все операции предприятия отражаются в учете как по НСБУ, так и по МСФО. Параллельно ведутся две Главные книги: Главная книга по НСБУ и Главная книга по МСФО
Трудоемкость технологии подготовки отчетности по МСФО	В результате сближения национальных и международных стандартов состав и трудоемкость корректировок могут быть существенно уменьшены	Подготовка отчетности по МСФО путем параллельного ведения учета оказывает воздействие на весь процесс бухгалтерского учета и отчетности организации, в связи с чем потребуются пересмотреть и внести коррективы в учетную политику предприятия

Окончание таблицы 1

Критерии сравнения	Трансформация отчетности по НСБУ в отчетность по МСФО	Параллельное ведение учета операций предприятия как по НСБУ, так и по МСФО
Какие специалисты предприятия готовят отчетность по МСФО?	Технология трансформации отчетности НСБУ в отчетность по МСФО позволяет предприятию держать в своем штате несколько квалифицированных специалистов по МСФО (от 2 до 6 человек), которые будут готовить консолидированную отчетность по МСФО для всей корпорации	Технология параллельного ведения учета по НСБУ и по МСФО предполагает обучение большей части специалистов бухгалтерии международным стандартам, так как учет каждой операции предприятия должен будет учитываться как по НСБУ, так и по МСФО. При этом на предприятии должен быть хотя бы один специалист по МСФО, контролирующий правильность отражения операций по МСФО
Какие на текущий момент существуют способы автоматизации выпуска отчетности по МСФО?	Известны следующие способы автоматизации отчетности НСБУ в отчетности по МСФО: в табличных процессорах (например, MS Excel), в СУБД (например, MS Access), в специализированных программах (например, в системе ERP)	Параллельно ведение бухгалтерского учета, как правило, автоматизируют производители систем бухгалтерского учета. Однако необходимо учитывать, что это может повлечь за собой значительные инвестиции в модернизацию или смену системы (например, полная перенастройка форм ввода документов, реализация возможности параллельного ведения нескольких ланов счетов, перенастройка алгоритмов генерации проводок)
Периодичность выпуска отчетности по МСФО	Трансформация отчетности НСБУ ориентирована на периодический выпуск отчетов по МСФО, а именно: ежемесячно, поквартально, раз в год	При параллельном ведении учета существует возможность выпускать отчеты по МСФО ежедневно

Примечание. Источник: собственная разработка.

Достоинством внедрения параллельного учета является более низкий уровень риска неточной информации, показанной

в финансовой отчетности, так как каждая хозяйственная операция отражается в соответствии с МСФО. Однако ведение параллельного учета по МСФО требует существенных дополнительных затрат (программное обеспечение, расходы на более квалифицированный персонал, реорганизацию подразделений компании и пр.). Кроме этого, данный процесс требует длительного периода времени, так как затрагивает многие области финансово-хозяйственной деятельности организации.

К преимуществам трансформации отчетности по сравнению с параллельным учетом можно отнести невысокие финансовые и временные затраты. В то же время отчетность, полученная в результате трансформации, имеет высокий информационный риск, поскольку при ее осуществлении неминуемы субъективные оценки. Однако величина этого риска напрямую зависит от квалификации исполнителей.

Таким образом, выбор оптимального способа подготовки отчетности зависит от множества факторов и требует индивидуального подхода. Приведенный выше перечень далеко не исчерпывающий. И для каждой конкретной организации необходимо рассматривать специфические критерии, которые позволят сделать правильный выбор в отношении подготовки отчетности по МСФО.

В. В. Куриленко

Республика Беларусь, Гомель

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ АНАЛИЗА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ ОРГАНИЗАЦИИ

В условиях инновационного развития экономики теоретические исследования в области совершенствования управления хозяйствующими субъектами должны быть ориентированы на поиск направлений повышения эффективности их функционирования с наименьшими затратами ресурсов. Касается это в полной мере и управления персоналом, поскольку трудовые ресурсы являются наиболее важной стратегической составляющей ресурсного потенциала организации. Анализ показателей, отражающих эффективность использования имеющихся трудовых ресурсов, в системе принятия управленческих решений

занимает ведущее место с точки зрения обеспечения эффективного ведения экономики организации. На основе проведенного анализа экономических показателей осуществляют изыскание и обоснование резервов повышения эффективности хозяйственной деятельности организации. Актуальность используемой методики анализа эффективности использования трудовых ресурсов, определяет степень точности расчета имеющихся резервов повышения результативности работы организации на перспективу.

Поскольку методика и методология анализа неразрывно связаны, то определение сущности экономической категории определяет адекватность разработанной методики и необходимость ее корректировки. Значительная часть экономических параметров хозяйственно-финансовой деятельности организации подвергается нормативно-правовому регулированию со стороны государства, что определяет необходимость постоянной адаптации методики анализа к изменениям, вносимым в нормативно-правовые акты.

Многие исследователи при описании методики анализа состояния и эффективности использования трудовых ресурсов организации термин «трудовые ресурсы» заменяют термином «кадры» [2, с. 97]. «Трудовые ресурсы (кадры) торговой организации – это численность состоящих в ее списочном составе работников различных профессионально-квалификационных групп, обладающих физическими и духовными способностями, профессиональными знаниями и навыками, необходимыми для работы ...» [1, с. 346–347]. Вместе с тем специфика нормативно-правового регулирования трудовых отношений между работником и организацией предполагает выполнение работы выходящей за рамки трудового договора, что автоматически делает категорию «кадры» неточной в использовании. На наш взгляд, категория «трудовые ресурсы» предполагает использование живого труда для реализации целей деятельности хозяйствующего субъекта во всех его проявлениях независимо от юридического оформления трудовых отношений между работником и организацией. Это также позволит устранить различия, возникающие в понимании сущности данного термина при различных методах его измерения. В частности, стоимостная оценка трудовых ресурсов организации предполагает использование всей величины фонда заработной платы, отражающей

величину использованного живого труда. При натуральном измерении величины трудовых ресурсов все без исключения исследователи используют среднесписочную численность работников организации, фонд заработной платы которых меньше фонда заработной платы в целом по организации.

Учет численности работников во всех хозяйствующих субъектах на территории Республики Беларусь осуществляется согласно «Указаний по заполнению в формах государственных статистических наблюдений статистических показателей по труду», утвержденных Постановлением Министерства статистики и анализа Республики Беларусь от 29.07.2008 № 92 с последующими изменениями и дополнениями. Согласно данного документа, фонд заработной платы в целом по организации формируют средства направленные на оплату труда работников списочного и несписочного состава, а так же внешних совместителей.

И работники принятые на работу по совместительству из других организаций и выполнявшие работу по гражданско-правовым договорам являются носителями живого труда и источником создания организацией добавленной стоимости в процессе осуществления хозяйственной деятельности. Следовательно, для реализации сопоставимости измерения трудовых ресурсов различными методами к трудовым ресурсам организации необходимо относить списочную численность ее работников, численность работников, выполняющих работу по совместительству и имеющих основное место работы в другой организации, а также численность работников, выполняющих работу по гражданско-правовым договорам.

Поскольку, не вся выполняемая работа в процессе осуществления хозяйственной деятельности постоянна и имеет достаточные объемы для введения в штатный состав организации соответствующей должности, то для проведения экономического анализа использования трудовых ресурсов организации в учебной и научной литературе наиболее часто используют категорию кадры, соответствующую штатной потребности организации в рабочей силе. Согласно действующей методики учета статистических показателей по труду в Республике Беларусь, численности работников, работающих на штатных должностях, соответствует списочная численность работников организации. Указания по заполнению в формах государственных статисти-

ческих наблюдений статистических показателей по труду предусматривают учет и расчет в действующей статистической отчетности следующих видов численности [3]:

- списочная численность работников на дату;
- списочная численность работников в среднем за период;
- среднесписочная численность работников;
- средняя численность внешних совместителей;
- средняя численность граждан, выполнявших работы по гражданско-правовым договорам.

Учет данных видов численности предусматривает необходимость их дальнейшего использования в процессе анализа состояния и эффективности использования трудовых ресурсов организации. Фактически же в большинстве изданий учебной экономической литературы авторы для проведения анализа трудовых ресурсов организации предлагают использовать только среднесписочную численность.

В данном случае возникает ситуация неадекватного сопоставления различных экономических величин в ходе анализа результатов хозяйственной деятельности. В частности, основным показателем эффективного использования трудовых ресурсов является опережающий рост производительности труда над заработной платой. Вместе с тем при расчете средней заработной платы для проверки данной пропорции и фонд заработной платы, и численность работников берутся только по среднесписочной численности работников организации. При расчете же производительности труда происходит сопоставление объемов деятельности, в создании которых участвовали не только работники списочного состава, но и внешние совместители, и работники выполнявшие работу по гражданско-правовым договорам, со среднесписочной численностью работников.

На наш взгляд, для адекватного измерения производительности труда необходимо дополнить систему показателей, позволяющих сопоставить результаты использования живого труда в организации с величиной использованных трудовых ресурсов.

Таким образом, объективно необходим расчет показателя производительности труда на основе соизмерения выручки от реализации продукции, товаров, работ и услуг организации с объемом использованных трудовых ресурсов. Численность трудовых ресурсов организации, на наш взгляд должна определяться как сумма среднесписочной численности работников,

численности внешних совместителей и численности работников, выполнявших работу по гражданско-правовым договорам. Если количество штатных единиц работников, как среднесписочной численности, так и внешних совместителей официально учитывается в действующей отчетности, то количество работников, выполняющих работу по гражданско-правовым договорам, не ведется. Предлагаем численность данной категории работников рассчитывать на основе сопоставления фонда, затраченного на оплату их труда и средней заработной платы в организации.

Список использованных источников

1. Экономика организаций торговли: учеб. пособие / под ред. Р. П. Валевиц, Г. А. Давыдовой. – Минск: БГЭУ, 2010. – 671 с.
2. Воробьев, И. П. Экономика и управление организацией (предприятием) / М. П. Воробьев, Е. И. Сидорова, А. Т. Глаз. – Минск: В. Т. Квилюрия, 2014. – 372 с.
3. Об утверждении Указаний по заполнению в формах государственных статистических наблюдений статистических показателей по труду: постановление Мин-ва статистики и анализа Респ. Беларусь от 29 июля 2008 г. № 92 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс]. – Минск: ООО «ЮрСпектр», 2015.

Н. В. Курилович
Республика Беларусь, Минск

ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ КАК ИННОВАЦИЯ В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время вопрос о необходимости инноваций в белорусской системе высшего образования является более чем актуальным. Включение нашей страны на официальном уровне в общеевропейское пространство высшего образования предполагает серьезные трансформации различных сторон учебного процесса в высшей школе. В этой связи особый интерес представляет реформирование, или, как сейчас модно говорить, модернизация, заочной формы обучения в вузах Республики Беларусь. К слову, в отечественной системе высшего образования сокращение числа заочников осуществляется уже на протяжении нескольких последних лет. В конечном итоге Министерство

образования Республики Беларусь предполагает реализовать максимально полный переход с заочного обучения на дистанционное обучение. При этом отметим, что в Кодексе Республики Беларусь «Об образовании» дистанционная форма обучения трактуется как вид заочного обучения.

В западных странах дистанционное обучение, или, как его часто называют, онлайн-обучение, уже получило широкое распространение, а в постсоветских странах его развитие насчитывает не более пятнадцати лет. Страной-первооткрывателем в сфере онлайн-образования стали США, а затем практику онлайн-образования начали активно осваивать страны Западной Европы. В нашей стране Министерством образования в последние годы регулярно выделяются финансовые средства на развитие дистанционных форм обучения, активно прорабатывается их нормативно-правовая база, что, несомненно, репрезентирует прогрессивные трансформации в системе отечественного образования.

Привлекательность онлайн-обучения для современного потребителя образовательных услуг очевидна. В первую очередь она связана с возможностью получения образования вне стен учебного заведения (а значит, без отрыва от основного вида деятельности) и в любое удобное для самих обучающихся время. В этой связи в популярных изданиях журналисты часто именуют онлайн-образование «институтом на диване». Признавая уместность подобной метафоры-анalogии, необходимо особо подчеркнуть, что краеугольным камнем дистанционного образования выступает серьезная и интенсивная самостоятельная работа обучаемого.

Дистанционная форма обучения как своего рода инновация для белорусских вузов соответствует основным требованиям парадигмы непрерывного образования, которая выступает доминантой в современном сверхскоростном мире информационно-коммуникационных технологий XXI века. В данном контексте уместно отметить, что в нашей стране сфера информационно-коммуникационных технологий развивается весьма динамично и в полном соответствии с мировыми тенденциями. Например, по степени проникновения населения во «всемирную паутину» – сеть Интернет – Республика Беларусь относится к числу стран-лидеров в европейском регионе, поэтому объективные предпосылки для активного освоения белорусскими вузами дистанционной формы обучения, как говорится, налицо.

В нашей стране лидерами в сфере предложения услуг по онлайн-обучению являются крупнейшие высшие учебные заведения, среди которых можно назвать Академию управления при Президенте Республики Беларусь, Белорусский государственный университет, Белорусский государственный экономический университет, Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники, Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина и др. Первенство в этом пока еще не слишком большом списке принадлежит Белорусскому государственному университету информатики и радиоэлектроники (БГУИР), на базе которого дистанционное обучение реализуется с 2002 г. по следующим направлениям (специальностям): программное обеспечение информационных технологий; информационные системы и технологии в экономике; информационные технологии и управление в технических системах; автоматизированные системы обработки информации; искусственный интеллект и др. Именно БГУИР стал первым белорусским высшим учебным заведением, предложившим дистанционную форму обучения всем желающим получать знания и умения в таком «удаленном» от университетских аудиторий формате.

Как известно, делать долгосрочные прогнозы в сфере образования весьма проблематично, однако в контексте перманентно возрастающей информатизации современного общества есть все основания признать абсолютно бесспорным утверждение о том, что дистанционное обучение является не просто самой перспективной, но и в буквальном смысле самой неизбежной из всех инноваций в системе высшего образования Республики Беларусь.

Таким образом, развитие дистанционных форм обучения в вузах нашей страны относится к числу сознательно инициируемых на государственном уровне, в высшей степени приоритетных и с логической точки зрения наиболее целесообразных изменений национальной системы высшего образования. Не будет слишком большим преувеличением утверждать, что в настоящее время дистанционное обучение – одна из самых востребованных инноваций в сфере отечественного высшего образования. Вместе с тем следует отметить, что на сегодняшний день Беларусь пока еще только вступает в период активной институционализации онлайн-обучения, в разработке площадок которого огромную роль должны сыграть лучшие преподаватели ведущих вузов республики.

ФАЛЬКЛОРНЫ КАМΠΑНЕНТ ПРЫ ВЫКЛАДАННІ БЕЛАРУСКАЙ МОВЫ Ў ВНУ ЭКАНАМІЧНАГА ПРОФІЛЮ

Выкладанне беларускай мовы ў ВНУ эканамічнага профілю мае свае адметнасці. Гэта тлумачыцца як агульнай спецыфікай лінгвістычнай падрыхтоўкі аўдыторыі, так і задачамі, што неабходна вырашыць у працэсе засваення новай інфармацыі. Тут нам бачыцца адным з асноўных пытанняў актывізацыя цікавасці студэнтаў да мовы ў самым шырокім сэнсе, развіццё навыкаў нестандартнага мыслення і выпрацоўка ўмення бачыць унутраную форму слова, яго нацыянальную адметнасць. Гэта можа быць дасягнута толькі пры экстралінгвістычным падыходзе да моўных з'яў, пры арыентацыі на культуралагічны, нацыянальна-спецыфічны аспект слова.

Пры выкладанні мовы вельмі важна ўлічваць фальклорны кампанент, у аснове якога стаіць ідэя цеснай узаемасувязі слова і культуры. І тут мы маем справу з выпрацоўкай камунікатыўна-культуралагічнай кампетэнцыі асобы, што з'яўляецца неабходным элементам прафесійнай падрыхтоўкі ў тым ліку і студэнта-эканаміста. Эфектыўным можа быць далучэнне студэнтаў да этнаграфічных суполак, рухаў, звязаных з адраджэннем традыцыйных народных абрадаў, музыкі і спеваў, рамёстваў, святкаваннем паводле спрадвечных звычаяў, вайскавай рэканструкцыяй, краязнаўствам ды аховай гістарычных і прыродных помнікаў, культываваннем і прапагандай традыцыйнай народнай культуры.

Музычныя фестывалы, мастацкія выставы, этнаграфічныя і фальклорныя экспедыцыі, навуковыя выданні і канферэнцыі – пералік культурных ініцыятываў можна доўжыць. Вялікі творчы патэнцыял, культурная і сацыяльная актыўнасць аб'ядноўваюць маладых людзей і ў рэчышчы цікаўнасці да фальклору, да свайго, падштурхоўваюць да таго, што беларуская мова становіцца асноўнай і любімай. Таленавітая, адораная моладзь, неабякавая ды сваіх этнічных традыцый, разбурае манополію рускай мовы ў сучасным горадзе. Прыкладам можа быць Студэнцкае этнаграфічнае таварыства, Гісторыка-

культурны клуб «Княжыч», які аб'ядноўвае моладзь Полацка і Наваполацка, апантаную беларускай традыцыйнай культурай у разнастайных яе праявах (фальклор, абрадаваць, народныя рамёствы). Такіх аб'яднанняў не хапае Бабруйску. Шматгадовы досвед працы паказвае, што аналіз фальклорных асаблівасцяў слова спрыяе павышэнню цікавасці студэнтаў да беларускай мовы, пашырае круггляд, актывізуе пэўныя кагнітыўныя, ментальныя ўстаноўкі.

Важна і тое, што ўключэнне мастацкіх формаў у сучасную практыку выкладання, далучэнне студэнтаў да працэсу культуратворчасці паводле традыцыйнага канону садзейнічае асучасніванню самога фальклору, прыстасаванню да новых умоў бытавання, чым яму гарантуецца жыццяздольнасць і захаванне. Напрыклад, беларускія казацкія песні захавалі мастацкую выхаваўчую і маральна-этычную накіраванасць: «— Пасцель я пасцялю, сама я не лягу — // Казак маладзенькі адразу абмане. // Дзяўчынанька дурна пасцельку паслала — // Казак пажартаваў, дзяўчына не ўчула. <...> — Дзяўчына, дзяўчына, на сто рублёў на мыла, // Півам напівайся, мылам намывайся, // Каб краса зайграла, каб матка не пазнала» [1, с. 221]. Песні зафіксавалі шмат прыкладаў казацкага падману: «— Бадай ты, казача, // Туды не даехаў, // Як ты мяне кінуў // Людзям на пацеху. // Туды не даехаў, // Назад не вярнуўся, // Як мне, маладзенькай, // Ўвесь свет зацягнуўся» [2, с. 124]. Беспрынцыповыя і антымаральныя дзеянні здзяйсняюць казакі, схіляючы дзяўчат да ўцёкаў з дому: «Пюць казакі і гуляюць, // К сабе Касю намаўляюць: // — Едзьма, едзьма, Кася, з намі, // Едзьма з намі, казакамі» [3, с. 298–299]. Маральна-этычныя нормы, што сцвярджаюцца ў песнях, з'яўляліся асновай духоўнага здароўя, рэгулятарам у сямейных і грамадскіх адносінах: «А хто дачок маіць, няхай навучаіць — // З паўночы да ночы гуляць не пускаіць» [1, с. 142]. Разгледжаныя песні адлюстроўваюць спецыфіку сямейнага становішча казака ў цэлым, яго асабістыя ўчынкі і маюць выхаваўчую скіраванасць.

Менавіта фальклор выступае адной з самых дзейсных крыніц для заахвочвання моладзі да беларускамоўнае гаворкі. А арганічнае, натуральнае карыстанне сваёй моваю на глыбінных роўнях актуалізуе арыентацыю на культурную традыцыю, гэта значыць такую тактыку (праграму) паводзін, якая, з аднаго боку, садзейнічае ўразуменню нашай самабытнасці,

непадобнасці да іншых народаў, з другога — гарантуе стабільнасць, устойлівасць, магчымасць захоўваць душэўную раўнавагу, жыццёвы дабрабыт.

Спіс выкарастаных крыніц

1. Песні сямі вёсак: традыцыйная народная лірыка Міншчыны / уклад. Н. С. Гілевіч. — Мінск: Выш. шк., 1973. — 508 с.
2. Сацыяльна-бытавыя песні / уклад., сістэматызацыя тэкстаў, уступ. арт. і камент. І. К. Ціпчанкі [і інш.]; уклад. муз. часткі Г. В. Таўлай; рэд. А. С. Фядосік. — Мінск: Навука і тэхніка, 1987. — 488 с. — (Беларуская народная творчасць).
3. Беларускія народныя песні: у 4 т. / запіс Р. Шырмы; рэдкал.: Н. Глебка [і інш.]. — Мінск: Дзярж. выд-ва БССР, 1960. — Т. 2: Жаночая доля, недабраная пара, хрэсьбінныя і сіроцкія; Казацкія, рэкруцкія і салдацкія; Батрацкія і прымацкія, песні няволі і змагання. — 429 с.

Л. И. Ляшенко
Украина, Донецк

РОЛЬ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ЭТИКИ В ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Обеспечение устойчивого экономического роста в условиях современной экономики возможно на основе сочетания новейших инновационных технологий и методов морального ведения бизнеса. Инновационная деятельность предполагает разработку и внедрение научно-технических и технологических разработок, освоение производства и продажи инновационной продукции на основе высоколиквидных технологий с привлечением интеллектуального капитала. Специфика этой деятельности заключается в том, что она представляет собой коммерциализацию научных разработок и достижений. Подобным видом деятельности невозможно заставить заниматься, она слабо поддается регулированию. Это — саморегулирующийся процесс, побудительной причиной которого является стремление к сверхприбыли, а сдерживающим — повышенная степень риска.

Современная практика социально-экономического развития, как правило, демонстрирует отсутствие необходимых финансовых средств в инновационные проекты, если институциональная среда непредсказуема. Неустойчивость и непредсказуемость правил поведения в экономике существенным об-

разом повышают риски для потенциальных инвесторов, делая рынок не привлекательным для инновационных технологий. Кроме традиционных рисков инновационной деятельности, таких как: риск неоправданного выбора экономических целей инновационного проекта; необеспечение проекта финансовыми ресурсами; невыдерживание срока проекта; маркетингового риска сбыта по инновационному проекту; риска непредвиденных расходов и превышение сметы проекта, существует ряд рисков, связанных с хозяйственной этикой на институциональном уровне, на уровне отрасли и непосредственно на предприятии.

Стабильно функционирующий рынок нуждается в моральной основе, оформленной в виде этически обоснованного законодательства, кодифицированных партнерских взаимоотношений соответствующих экономических образований в виде этических кодексов, что предполагает необходимость развитой, с точки зрения современных вызовов, хозяйственной этики.

Хозяйственная этика на институциональном уровне устанавливает «правила игры» на макроуровне, направляющие экономическое развитие в социально-значимое русло. Ее задачами являются координация и регуляция экономического поведения в соответствии с этическими принципами. Наличие развитой институциональной этики позволяет в определенной степени нивелировать такие негативные явления как: недобросовестная конкуренция, чрезмерная монополизация, неопределенность будущего др.

Отраслевая хозяйственная этика устанавливает нормы и правила поведения предприятий между собой. В условиях современной экономики результат действия определяется не только тем, как ведет себя отдельное предприятие или фирма, но во многом также и реакциями других предприятий, которых в условиях конкуренции невозможно контролировать. Признание установленных отраслевых моральных стандартов или коллективное самообязательство формирует профессиональную этику, которая значительно снижает риски во взаимодействии предприятий между собой. При наличии развитой отраслевой этики гораздо сложнее проводить агрессивную экономическую стратегию.

Хозяйственная этика на уровне фирмы в современных условиях представляет собой систему ценностей, норм, правил, традиций, обеспечивающих мотивацию и регуляцию хозяй-

ственной деятельности, а также определяющих форму ее осуществления.

Будучи встроенной в конкретную институциональную среду, фирма одновременно вырабатывает внутреннюю стратегию, а также реагирует на внешние сигналы, отражающие господствующие «правила игры», характерные для данного этапа экономического развития. Поэтому хозяйственная этика фирмы включает два аспекта: индивидуальную этику и институциональную.

Хозяйственная этика как индивидуальная этика пытается обосновать нормы морали на уровне индивидов, прежде всего руководителей, менеджеров и, таким образом, включить в экономический процесс моральные нормы. Она стремится непосредственно оказывать влияние на правила поведения фирмы с помощью моральных мотивов действующих лиц. В данном случае мораль зависит от этических установок тех, кто принимает решения на предприятиях. На подобном личностном уровне происходит ценностная ориентация управленческой деятельности фирмы.

Хозяйственная этика фирмы как институциональная этика учитывает институциональные особенности предпринимательской деятельности, т. е. те способы и методы, которые определяются институциональной средой, в которой функционирует фирма.

Институциональные особенности определяют специфику предпринимательских решений в форме систем стимулирования и поощрения, принципов управления или руководящих стратегий предприятий.

Индивидуальная хозяйственная этика вырабатывает внутренние нормы поведения и контролирует их соблюдение. Наличие таких норм позволяет фирме получить репутацию благонадежности и вызывать доверие, создавая, таким образом, положительный имидж и нарабатывая репутационный капитал, тем самым, вызывая доверие к предлагаемым инновационным продуктам.

Таким образом, в условиях современной рыночной экономики хозяйственная этика непосредственно зависит и одновременно отражает уровень институциональной морали общества, т. е. тех ценностей, норм и правил, которые в данный момент признаются большинством экономических субъектов и которые регламентируют хозяйственные отношения.

Наличие ценностных норм в экономическом поведении хозяйствующих субъектов позволяет делать выбор, учитывающий социальное и экологическое состояние и предполагающий инновационные поиски решений важнейших проблем экономики и общества.

Е. В. Майсюк

Республика Беларусь, Барановичи

ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ КАК ПУТЬ РАЗВИТИЯ

Интеграция есть объективный процесс углубления в масштабах всей планеты многообразных связей, достижения качественно нового уровня взаимодействия, целостности и взаимозависимости в экономике, финансах, политике, науке и культуре.

Тот факт, что интеграция стала общемировой тенденцией, требует серьезного осмысления. Сегодня традиционная составительная, рыночно-конкурентная доктрина развития уходит в прошлое и становится актуальной интеграционная, основанная на реализации системного, кооперационного, синергетического [1] эффекта парадигма экономической науки и практики. Об этом свидетельствует то, что интеграция протекает не только на глобальном уровне в очевидной для нас форме создания и укрепления межгосударственных союзов и блоков (ЕС, ОЭСР, НАТО и т. д.), но и в рамках национальных экономик, отраслей и даже отдельных фирм [2, с. 137].

В последнее время ученые уделяют много внимания вопросам научного осмысления проблем интеграции. Рассмотрим в данной статье мнения некоторых из них.

В экономической теории различают две основные разновидности интеграции: горизонтальную и вертикальную.

По определению профессора В. Г. Гусакова, горизонтальная интеграция – это внутриотраслевое кооперирование предприятий и производств одной или нескольких подотраслей, обеспечивающее углубление специализации отдельных звеньев единого технологического процесса, а вертикальная интеграция – межотраслевое кооперирование и комбинирование организаций и производств различных отраслей, обеспечивающее оптимальное прохождение товарной массы в едином техно-

логическом процессе из одной фазы производства в другую. Как горизонтальная, так и вертикальная интеграция способствуют снижению издержек производства, росту его эффективности и повышению качества продукции, считает автор.

Рассматривая исторические аспекты интеграционной динамики, можно отметить, что первая волна слияний и поглощений осуществлялась по принципу горизонтальной интеграции, т. е. практически в каждой из отраслей господствовали монополии. Горизонтально интегрированные монополии оказались неэффективными из-за быстрого роста бюрократических издержек. Кроме того, реализуя один из этапов единой цепочки передела сырья в конечную продукцию, они попадают в зависимость от поставщиков ресурсов, которые через неуклонный рост цен на свою продукцию имеют возможность влиять на всю цепочку. Поэтому такая модель интеграции чревата угнетением обрабатывающих и выпускающих производств. Помимо этого, она порождает инфляцию – чем эффективнее работают обрабатывающие и выпускающие производства, тем больше у них прибыли. Следовательно, сырьевые компании, располагающиеся в самом начале единых цепочек создания стоимости, получают возможность еще больше взвинчивать цены и тарифы на свою продукцию, порождая самовоспроизводящуюся инфляцию. Поэтому государства стали вмешиваться в этот процесс посредством совершенствования антимонопольного законодательства. Таким образом, вторая волна слияний и поглощений носила характер уже вертикальных слияний и диверсификации, а в отраслях стали доминировать несколько компаний.

Еще в 1996 г. С. С. Губанов открыл фундаментальный экономический закон вертикальной интеграции. Согласно ему, несколько взаимосвязанных производств, последовательно осуществляющих передел сырья в конечную продукцию, функционируют с максимальной эффективностью только в том случае, если прибыль снимается со всей цепочки в целом, а не с каждого из ее звеньев. Нулевая рентабельность всего промежуточного производства – такова суть закона вертикальной интеграции. По мнению автора, вертикальная интеграция – это воспроизводственная интеграция науки, добывающих и обрабатывающих производств со специализацией на выпуске конкретных видов конечной наукоемкой продукции.

Значительным преимуществом вертикальной интеграции, считает профессор С. А. Пелих, является возможность минимизации или исключения потерь, связанных с остановкой производства, так как в таком случае вырабатывается совместная стратегия и тактика, увеличивается предсказуемость делового цикла всего объединения.

Выгоды от использования вертикальной интеграции достигаются в результате: сокращения затрат от объединения нескольких бизнесов для создания законченного производственного цикла; сокращения вынужденных простоев; повышения мотивации оптимизировать затраты; изменения степени влияния на размер и структуру отрасли, обеспечения стабильных поставок и продаж; улучшения информационного обеспечения каждого из бизнесов; технологической взаимосвязанности; возможности проведения научно-исследовательских работ и инноваций для решения комплексных задач; стимулирования активного роста предприятия; улучшения контроля качества; улучшения системы создания добавленной стоимости; снижения транзакционных затрат; улучшения возможности для роста инвестиций благодаря снижению фактора неопределенности.

О значении интеграции применительно к агропромышленному производству, пишет в своих научных работах профессор Г. М. Лыч. Значение интеграции в том, подчеркивает автор, что она позволяет выстроить завершенную вертикально интегрированную цепочку по всему производственно-торговому циклу, охватывающему все стадии производства и реализации готового продукта, начиная от производства исходного сельскохозяйственного сырья и заканчивая продажей созданного на его основе готового продукта конечному потребителю через сеть розничной торговли.

После двух десятилетий разрушительных либерально-рыночных реформ страны бывшего СССР постепенно приходят к осознанию необходимости интеграции, взаимодействия, сотрудничества во имя обеспечения коллективной безопасности и развития, пишет в своих работах профессор В. Ф. Байнев. Те постсоветские страны, которые желают остаться в когорте развитых стран, сегодня активно интегрируются в рамках Союзного государства, Таможенного союза (ТС), Единого экономического пространства (ЕЭП), Евразийского экономического союза (ЕАЭС). Стратегическим направлением таких усилий

должно стать создание крупных и сверхкрупных корпораций, реализующих в себе вертикальную интеграцию производственных процессов. В идеале с учетом нарастания интеграционных процессов такие корпорации должны быть белорусско-российскими, белорусско-казахстанскими, казахстанско-российскими, белорусско-российско-казахстанскими и т. п. При этом важно обеспечить взаимное дополнение производств, исключить их нерациональное дублирование, сконцентрировать совместные ограниченные ресурсы на осуществлении прорывных НИР и НИОКР в тех странах и на тех предприятиях, где они принесут наибольшую отдачу.

Экономической выгоды от международной кооперации и интеграции намного больше, чем от внутренней, подчеркивает В. Г. Гусаков. Национальное производство становится неотъемлемой частью мирового, имеется устойчивый сбыт, формируются стабильные доходы, обеспечивается быстрое обновление производства, государство получает хорошие дивиденды в виде платежей в бюджет от доходов компаний, стабильной занятости населения, высокой заработной платы и т. п.

Выбирая направление и масштаб интеграции, утверждают ученые, необходимо определить, способна ли она: улучшить работу в части снижения издержек или увеличения дифференциации; повлиять на капитальные затраты, гибкость, быстроту ответной реакции, административные расходы, связанные с координацией работы всех звеньев цепочки ценностей; создать конкурентное преимущество.

Подытоживая изложенное выше, можно сказать, что интеграция создает возможность формирования таких организационно-производственных структур, которые способны выжить и успешно развиваться даже в условиях нынешней все обостряющейся конкурентной борьбы.

Список использованных источников

1. *Клюня, В. Л.* Синергетический эффект национальной инновационной системы в транзитивной экономике: монография / В. Л. Клюня, А. А. Матрунич. – Минск: РИВШ, 2009. – 204 с.
2. *Байнев, В. Ф.* Интеграция как императив развития в XXI веке: есть ли будущее у Союзного государства? / В. Ф. Байнев, В. Т. Винник // Будущее Союзного государства и потенциальные модели его развития: материалы медиафорума (Москва, 14 дек. 2012 г.); Институт стран СНГ. – М., 2013. – С. 137–146.

Т. В. Малинина, Т. П. Круковская
Республика Беларусь, Бобруйск

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ МОТИВАЦИЕЙ ПЕРСОНАЛА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ERP-СИСТЕМ

Мотивация персонала – это основа успешного бизнеса. Если работники компании не выполняют план, работают без энтузиазма, не проявляют инициативы и личной заинтересованности в успехе, любой, даже самый основательный и безупречный бизнес-план не получит эффективной реализации.

Система мотивации персонала включает целый комплекс методов и мероприятий, среди которых выделяют материальное стимулирование, карьерный и личный рост, стимуляция интереса к работе, формирование лояльности к компании, духа сотрудничества и корпоративных ценностей.

Почти все крупнейшие разработчики ERP-систем предоставляют модули для управления мотивацией персонала, функционал которых различается.

Финансовая мотивация является основой управления персоналом. В прикладном решении «1С: Зарплата и Управление Персоналом 8» она осуществляется в модуле «Управление финансовой мотивацией персонала». В состав функционала входят: справочник показателей схем мотивации; план видов расчета, позволяющие создавать разнообразные комбинации способов расчета и показателей схем мотивации; интерфейс для пошаговой разработки/изменения схем мотивации.

В системе «Галактика» финансовая мотивация осуществляется в модуле «Управление персоналом» с помощью следующих возможностей: назначение/снятие доплат и надбавок; утверждение различных тарифных сеток и ставок; выплата различных видов премий в результате выполненных работ.

Финансовая мотивация в SAP осуществляется с помощью модуля «Управление вознаграждениями» (SAP Compensation Management), входящего в состав решения SAP ERP HCM. В составе системы SAP CM имеются эффективные инструменты для: поддержки различных комбинаций мотивационных схем для различных категорий сотрудников; ведения программ пересмотра заработной платы; проверки возможностей участия

сотрудников в программах вознаграждения в зависимости от установленных в компании критериев; монетарной оценки должностей; организации электронного согласования результатов расчета вознаграждений между руководителем (MSS), специалистом кадровой службы, специалистом по компенсациям; формирования оперативной и аналитической отчетности.

Кроме финансовой мотивации, многие крупные компании используют дополнительные инструменты мотивации сотрудников, предоставляя им различные компенсационные пакеты и льготы, состав которых может различаться.

Решение «1С: Зарплата и управление персоналом 8» позволяет руководителю HR-службы решать следующие задачи управления льготами: вести описание и учет льгот, включая и порядок предоставления льготы, и сумму на ее обеспечение, используя справочник «Льготы»; формировать пакеты льгот; определять права на полученные льготы; устанавливать периоды действия льгот, вводить новые либо отменять льготы, действовавшие ранее, используя документ «Ввод сведений о действующих льготах».

Управление не денежной мотивацией персонала в системе «Галактика» осуществляется в модуле «Управление персоналом» с помощью таких возможностей, как ведение сведений о трудовой деятельности и продолжительности стажей (в том числе и для начисления пенсии); учет молодых специалистов и пенсионеров; планирование и предоставление любых видов социальных льгот; учет кадрового резерва на должности руководителей и специалистов; формирование статистики и разнообразных отчетов для внешних и внутренних нужд.

Решение SAP ERP HCM для управления нефинансовой мотивацией персонала предлагает модуль «Управление льготами и социальными программами» (SAP Benefits). SAP Benefits предоставляет возможности ведения различных социальных программ для различных категорий работников и для различных территориальных подразделений компании. В составе решения SAP Benefits входят эффективные инструменты для: ведения и управления социальными программами для различных категорий сотрудников (страхование жизни, ДМС, пенсионное страхование, ссуды, участие в прибыли компании); проверки возможностей участия сотрудников в социальных программах в зависимости от установленных в компании критериев; адми-

нистрирования процесса присвоения и прекращения участия в социальных программах; формирования оперативной и аналитической отчетности.

Эффективное управление мотивацией персонала возможно также с помощью внедрения системы грейдов, которая имеется в системе «1С: Зарплата и управление персоналом 8» и в системе SAPERP HCM. Грейды позволяют группировать должности по степени их значимости для компании, которая определяется рядом параметров, устанавливаемых в рамках политики управления персоналом (сложность выполняемых задач, влияние на бизнес компании, сложность замены и другие).

Компания SAP в последние годы заявляет о себе, как компания, активно развивающая инновации, ключевые из которых – «облачные» технологии. В области управления вознаграждениями – это SAP SuccessFactors Compensation. Данное решение позволяет: мотивировать сотрудников прозрачной системой компенсации, привязанной к реальным результатам работы и навыкам; автоматизировать расчет бонусов и пересмотра заработной платы с учётом бюджета; проводить удаленное согласование оплаты труда и бонусов на мобильных устройствах для руководства компании; анализировать расходы: интерактивные отчёты и гистограммы по компенсациям, бонусам; калибровка рейтингов эффективности для объективной компенсации.

Можно провести общий сравнительный анализ систем SAP, 1С и Галактика в области эффективного управления мотивацией персонала, результаты которого представлены в таблице 1.

Проведенный анализ ERP-систем в области управления мотивацией показал, что наиболее полный спектр возможностей представляет продукт компании SAP. Он помогает поднять деятельность кадровых служб в направлении эффективной мотивации персонала на достаточно высокий уровень.

Многие белорусские компании реализовали с помощью SAP проекты по мотивации и оплате труда, в их числе: Белорусская железная дорога, Атлант-М, ОАО «БелАЗ», а также «Беларусьнефтехим».

Таким образом, главный эффект успешного внедрения системы мотивации сотрудников заключается в сокращении разницы между оплаченными часами рабочего времени и часами, реально потраченными на выполнение работы, т. е. в достижении максимального КПД труда.

Таблица 1
Сравнительный анализ ERP-систем в области эффективного управления мотивацией персонала

Критерий для сравнения	Корпоративная информационная система		
	SAP ERP Human Capital Management	1С: Зарплата и Управление Персоналом 8	Галактика ERP
Финансовая мотивация	модуль «Управление вознаграждениями» (SAP CM)	модуль «Управление финансовой мотивацией персонала»	модуль «Управление персоналом»
Гибкие схемы оплаты труда	+	+	+
Анализ и изменение схем мотивации	+	+	–
Оценка деятельности конкретного сотрудника по различным показателям	+	+	–
Выплаты бонусов	+	–	–
Мотивация по грейдам	+	+	–
Нефинансовая мотивация (льготы, социальный пакет)	модуль «Управление льготами и социальными программами» (SAP Benefits)	+	модуль «Управление персоналом»
Формирование не денежных компенсаций	+	–	–
Взаимодействие сотрудников с системой	+	–	–
Взаимодействие менеджеров с системой	+	+	+
Вовлеченность в процессы компании	высокая	высокая	средняя
Облачные технологии	SAP SuccessFactors	–	–

Примечание. Источник: собственная разработка.

Список использованных источников

1. Решения SAPHCM для эффективного управления персоналом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://evola.ru/upload/file/53e09ea034803_SAP_HCM.pdf. – Дата доступа: 03.03.2015.

2. Управление персоналом в системе Галактика ERP [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.fintech.ru/files/ERP/gal_personal.pdf. – Дата доступа: 04.03.2015.

Т. Ф. Манцера, Е. П. Чиж
Республика Беларусь, Минск

БЕНЧМАРКИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕФОРМИРОВАНИЯ ЭНЕРГЕТИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

На современном этапе для поступательного развития экономике Республики Беларусь необходимо использовать высокотехнологичные инвестиционные решения во всех сферах деятельности, как в реальном секторе экономики, так и в сфере обслуживания.

Энергетика является одним из основных секторов экономики, обеспечивающих жизнедеятельность страны, поэтому требует постоянного совершенствования и модернизации. В этой связи, на государственном уровне была разработана и принята Программа развития Белорусской энергетической системы на период до 2016 г. постановление Совета Министров Республики Беларусь от 29.02.2012 № 194 (в редакции от 08.10.2013 № 892). Согласно этому документу планируется провести сбалансированную модернизацию и развитие генерирующих источников энергосистемы с учетом развития источников в других отраслях экономики, электрических и тепловых сетей энергосистемы путем внедрения высокоэффективного оборудования, применения современных передовых технологий с выводом из эксплуатации менее экономичного и устаревшего оборудования. Планируется снизить уровень использования природного газа при производстве электрической и тепловой энергии путем экономии топлива и диверсификации топливно-энергетического баланса энергосистемы за счет увеличения использования местных видов топлива, возобновляемых источников энергии, вторичных энергоресурсов.

Одновременно необходимо провести ряд мероприятий, направленных на повышение эффективности работы Белорусской энергетической системы и финансовое оздоровление энергонабжающих организаций, совершенствование тарифной политики, включая поэтапную ликвидацию перекрестного субсидирования в тарифах на энергию с учетом роста реальных доходов населения и взаимовязанное формирование и регулирование тарифов на электрическую и тепловую энергию, стимулирующих производителей и потребителей к рациональному использованию данных видов энергии.

Согласно статистическим данным в 2014 г. по сравнению с 2013 г. производство электроэнергии в Республике Беларусь увеличилось на 3 млрд кВт·ч. В странах ближнего зарубежья, таких как Республика Казахстан и Республик Армения, производство электроэнергии увеличилось соответственно на 2 млрд кВт·ч и на 0,1 млрд кВт·ч, а Российская Федерация снизила производство электроэнергии на 0,4 млрд кВт·ч.

Учитывая структуру экономики Республики Беларусь, ее технико-технологический уровень повышение эффективности использования топливно-энергетических ресурсов можно обеспечить путем роста ВВП при незначительном увеличении потребления топливно-энергетических ресурсов. Согласно планируемыми показателям энергоэффективности, энергоемкость ВВП в стране уже в 2015 может составлять 340 кг у.т./млн руб., а к 2030 году – 220 кг у.т./млн руб., т. е. должно произойти снижение удельного расхода на 54 %. Для достижения такого результата необходимо обеспечить объем экономии топливно-энергетических ресурсов за рассматриваемый период не менее 1 млн т у.т. ежегодно.

Новые условия развития экономики требуют новых подходов в экономике и управлении энергетикой страны. Назрела объективная необходимость изменения структуры управления Белорусской энергетической системы, обеспечивающая функционирование рынка энергии и мощности, совершенствование системы тарифообразования, введение неиспользуемых ранее подходов к управлению затратами, оценки конкурентоспособности, внедрение бенчмаркинга как инструмента сравнительного анализа.

Энергетика стран Таможенного союза, например, Российской Федерации, за последнее время претерпела ряд существенных

изменений, и созданный оптовый рынок электроэнергии предполагает наличие конкуренции между игроками на рынке. Для укрепления позиций на рынке энергопредприятия используют ряд методов, в том числе и бенчмаркинг.

Бенчмаркинг следует понимать как процесс исследования, проводимого параллельно с маркетинговым исследованием и конкурентной разведкой. Бенчмаркинг направлен на детальное изучение внутренней организации, структуры и деятельности другого предприятия, у которого можно почерпнуть что-то полезное и важное для собственной работы.

Обзор международной практики бенчмаркинга показал, что данная методика может быть полезна с точки зрения производственной эффективности электросетевых распределительных компаний. Вместе с тем, ее использование при регулировании тарифов требует решения двух сложных задач: во-первых, необходима обширная и надежная информационная база данных для получения корректных результатов, во-вторых, выбор спецификации модели, наиболее подходящей для анализируемой выборки компаний. В некоторых странах используется сразу несколько моделей бенчмаркинга, на основе результатов которых регулирующая организация принимает решение об индикаторах производственной эффективности для электросетевых компаний.

В настоящее время бенчмаркинг используется для регулирования тарифов на теплоснабжение в Российской Федерации. Для этого используются следующие методы: метод RAB; метод индексации, метод затрат «+». В США для регулирования коммунальных энергетических предприятий используется метод совокупной факторной производительности (TFP), который позволяет оценить результаты деятельности регулируемой компании, полученные с использованием определенного количества производственных факторов. В Норвегии, Нидерландах, Германии и ряде других стран для оценки эффективности сетевых компаний используется анализ свертки данных (DEA-анализ). В рамках DEA-анализа возможно построение двух видов моделей: ориентированной на минимизацию затрат и ориентированной на максимизацию выпуска. Компании, которые могут обеспечить заданный объем выпуска с использованием минимального объема ресурсов или максимальный объем выпуска с использованием заданного объема ресурсов, опреде-

ляются в качестве границы производственных возможностей. Метод с эталонными сетевыми моделями применяется в Испании, Чили, Аргентине. В рамках этого метода искусственно создается эффективная эталонная сетевая модель в соответствии с принятыми принципами планирования и с учетом технических и географических ограничений.

В Республике Беларусь в целях поэтапного сокращения перекрестного субсидирования в ценах на топливно-энергетические ресурсы правительством на системной основе принимаются решения об увеличении тарифов на энергоресурсы для населения. В результате в 2013 г. тариф для населения на электрическую энергию увеличился в 2 раза, на тепловую энергию – на 26 %. С начала 2014 г. рост тарифов на электроэнергию для населения составил 34 %, на тепловую – 19 %. В дальнейшем при реформировании системы ценообразования на энергии и тепло целесообразно использовать один из методов бенчмаркинга.

Затраты сетевых компаний, связанные с оказанием услуг по передаче и распределению электроэнергии, возмещаются за счет платежей, взимаемых с пользователей электрических сетей, за подключение к электрическим сетям и за использование электрических сетей.

В настоящее время применяются различные подходы к вопросу об оплате тарифов за пользование электрическими сетями генерирующими компаниями. Так, в Аргентине, Австралии, Австрии, Бразилии, Чили, Южной Корее, Дании, Финляндии, Франции, Великобритании, Греции, Ирландии, Италии, Норвегии, Польше, Румынии и Швеции тарифы за пользование электрическими сетями оплачиваются как потребителями, так и генерирующими компаниями. В США, Испании, Нидерландах, Бельгии, Германии, Сингапуре такие платежи возлагаются только на потребителей.

Структура тарифов за пользование электрическими сетями может включать фиксированные платежи; платежи на основе мощности генерации/электропотребления; платежи, зависящие от объема производства/потребления электроэнергии или их комбинации.

Объективно оценивая опыт использования бенчмаркинга в энергетике ведущих стран мира, Республике Беларусь необходимо выбрать наиболее приемлемый в данной экономической ситуации метод бенчмаркинга, обеспечивающий надежный

режим электро и теплоснабжения промышленных потребителей и населения.

Список использованных источников

1. Бенчмаркинг в энергетике как инструмент повышения конкурентоспособности и операционной эффективности / А. Ованесов, Е. Кисилева // Strategy.ru Ежеквартальное издание компании Strategy Partners Group. – 2011.

2. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 29 февраля 2012 г. № 194 «Об утверждении государственной программы развития белорусской энергетической системы на период до 2016 года».

Д. Ю. Медведев, А. Н. Кованев
Республика Беларусь, Бобруйск

ИННОВАЦИИ В СПОРТИВНОЙ ПЕДАГОГИКЕ

Государственная социальная политика Республики Беларусь на современном этапе направлена на повышение роли физической культуры в обществе.

Спорт – это специфический вид человеческой деятельности и в то же время – социальное явление, способствующее поднятию престижа не только отдельных личностей, но и целых общностей, в том числе и государства [2].

В настоящее время спортивная деятельность делится на три категории: массовый спорт, спорт высших достижений и профессиональный спорт. Главной целью людей, занимающихся массовым спортом, является укрепление здоровья, физическое и психическое развитие, проведение досуга [2]. *Массовый спорт* – занятия отдельными видами спорта или физическими упражнениями в разнообразных соревновательных формах с целью активного отдыха, укрепления здоровья, повышения работоспособности и достижения физического совершенства. Эти задачи совпадают как с общей целевой направленностью физической культуры, так и с рядом положений базовой физической культуры [1]. На современном этапе развития общества частью массового спорта становится непрофессиональный спорт. Так как непрофессиональный спорт – часть массового спорта, поэтому ему присущи характеристики любой из трех категорий спорта. «Спорт» – обобщенное понятие, обозначающее один из компонентов физической культуры общества, истори-

чески сложившийся в форме соревновательной деятельности и специальной практики подготовки человека к соревнованиям [1].

Спортивные соревнования – одна из наиболее эффективных форм организации массовой оздоровительной и спортивной работы. Соревнования выступают не только как форма, но и как средство активизации общефизической, спортивно-прикладной и спортивной подготовки студентов [1].

Краткая *характеристика спортивных игр*. Спортивное совершенствование в игровых дисциплинах способствует гармоничному воспитанию у занимающихся всех основных физических качеств. Под влиянием систематических занятий играми улучшаются функции вестибулярного аппарата и лучше переносятся быстрые изменения положения тела, совершенствуется точность движений, увеличивается поле зрения игроков, повышается порог различия пространственных восприятий. Командные спортивные игры особенно способствуют воспитанию таких положительных свойств и черт характера, как умение подчинить свои личные интересы интересам коллектива, взаимопомощь, сознательная дисциплина [1].

Частью массового спорта является непрофессиональный спорт (любительский спорт).

Целями и задачами непрофессионального спорта являются:

1. Популяризации данного вида спорта.
2. Организации досуга молодежи.
3. Пропаганды здорового образа жизни.
4. Классификации клубов/команд.

Цели и задачи непрофессионального баскетбола совпадают с целями и задачами в области физической культуры и спорта в Республике Беларусь.

Непрофессиональные лиги по баскетболу существуют в различных странах. В некоторых они объединены в общую структуру, в некоторых существуют как отдельные организации. Но цели и задачи всех этих лиг практически одинаковые.

В Российской Федерации официально существуют: Сибирская непрофессиональная баскетбольная лига, Непрофессиональная баскетбольная лига Кемеровской области, Нижегородская любительская баскетбольная лига, Невская баскетбольная лига, Новосибирская любительская баскетбольная лига, Северо-западная любительская баскетбольная лига.

В Республике Беларусь официально существуют две независимые друг от друга баскетбольные лиги. Это Витебская областная непрофессиональная баскетбольная лига, в которой в сезоне 2014/2015 принимает участие 16 команд, преимущественно из Витебской области. И Непрофессиональная баскетбольная лига (НБЛ), в которой в сезоне 2014/2015 принимает участие 50 команд со всех регионов страны.

С 2014 г. в Бобруйске также создана Бобруйская баскетбольная лига, в которой принимают участие непрофессиональные команды (мужские и женские). А с 2015 г. начинает действовать женская непрофессиональная волейбольная лига. В соревнованиях имеют право выступать все желающие не зависимо от возраста. Единственным обязательным условием является допуск врача к соревнованиям.

Наличие соревнований в ближайшей перспективе, является одним из главных мотивов для систематических занятий спортом. Отсутствие соревнований приводит к потере интереса к систематическим занятиям, пропадает желание упорно тренироваться, начинаются пропуски тренировок. Занимающийся должен видеть перед собой цель. Цель, ради которой он приходит свое свободное от учебы (работы) время в зал и занимается спортом. Цель должна быть конкретной, а не абстрактной. Задачей массового спорта является привлечение максимального количества людей для систематических занятий спортом. Для этого цели спортсменов и задачи массового спорта должны объединиться в одно целое.

Каждый занимающийся в спортивной секции в школе, колледже, университете хочет принимать участие в соревнованиях. Для некоторых достаточно внутренних соревнований в учебном заведении (среди курсов, групп, специальностей и т. д.), но для большинства этого мало. Городская спартакиада среди учебных заведений ходит раз год (3–5 игр). Этого также недостаточно для формирования устойчивого мотива для систематических занятий спортом.

Решением этих задач является создание непрофессиональных Лиг по игровым видам спорта. Так как игровые виды спорта являются массовыми. Лиг, существующих не только на бумаге. Лиг, для участия в которых не надо никого заставлять приказами.

Создание Лиг не требует особых материальных затрат. Соревнования можно проводить на спортивных базах учебных за-

ведений и предприятий. К судейству можно привлекать игроков и тренеров команд.

Любительские лиги по игровым видам спорт решают и общепедагогические задачи в учебных заведениях, так как увеличивается посещаемость секций. Благодаря этому увеличивается возможность для воспитательной, идеологической, патриотической работы с молодежью.

Таким образом, создание непрофессиональных Лиг по игровым видам спорта является важным для решения целей и задач массового спорта в Республике Беларусь, так как физическая культура и спорт относятся к числу важных факторов повышения долголетия, продления жизни населения, активного отдыха и физкультурно-спортивному движению придан статус одного из главных приоритетов политики государства.

Список использованных источников

1. Физическая культура: учеб. пособие / В. В. Бисеров [и др.]. – Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2008. – 275 с.
2. Ильин, Е. П. Психология спорта / Е. П. Ильин. – СПб.: Питер, 2012. – 352 с.

К. Ш. Меликидзе, А. А. Степанян
Республика Беларусь, Бобруйск

ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ В ФОРМИРОВАНИИ ЗОЖ У СТУДЕНТОВ

Актуальной проблемой современного образования является формирование профессионально-педагогической компетентности, под которой понимается совокупность профессиональных и личностных качеств, необходимых для успешной деятельности. Повысить качество, призвана реализация компетентностного подхода в профессиональном образовании, ведь по настоящему компетентным можно назвать личность, который способен свободно и нестандартно мыслить, принимать уверенные решения в любой проблемной ситуации, грамотно решать стоящие перед ними педагогические задачи, быть способными к постоянному профессионально-личностному самосовершенствованию. Компетентностный подход напрямую связан с идеей всесторонней подготовки и воспитания индивида не только

в качестве специалиста, профессионала своего дела, но и как личности социума. Поэтому именно он способен обеспечить передачу студенту совокупности знаний, умений и навыков в определенной сфере, а также развитие кругозора, междисциплинарного чутья, способности к самообучению, эффективному разрешению профессиональных, социальных, личностных проблем в нестабильных условиях (изменения, кризиса, множественности выбора). Именно компетентностный подход способствует решению задач высокой степени сложности и неопределенности, управлению гибкими, краткосрочными, межотраслевыми проектами.

Таким образом, компетентностный подход заключается в привитии и развитии у студентов набора компетенций, которые определяют его успешную адаптацию в обществе и профессиональной среде. Компетенцию можно определить как стремление и готовность применять знания, умения и личные качества для успешной деятельности. В отличие от термина «квалификация», компетенция включает помимо сугубо профессиональных знаний и умений, характеризующих квалификацию, такие качества, как инициатива, сотрудничество, способность к работе в группе, коммуникативные способности, умение учиться, оценивать, логически мыслить, отбирать и использовать информацию, принимать ответственные решения [2].

Физическая культура, является одной из граней общей культуры, во многом определяет поведение человека на производстве, в учебе, в быту, в общении. Развитие физической культуры и спорта – одно из важнейших слагаемых сильной социальной политики, которая может обеспечить реальное воплощение в жизнь гуманистических идеалов, ценностей и норм, открыть широкий простор для выявления способностей людей, удовлетворения их интересов и потребностей.

Возможности реализации здоровьесформирующего и адаптивного потенциала физического воспитания БФ УО «БГЭУ» направлено на формирование у студентов, имеющих отклонения в состоянии здоровья, комплекса специальных знаний, жизненно и профессионально необходимых двигательных умений и навыков; на развитие широкого круга основных физических и специальных качеств, повышение функциональных возможностей различных органов и систем организма. Основная задача адаптивного физического воспитания заключается

в формировании у данной категории студентов осознанного отношения к своим силам, твердой уверенности в них, готовности к преодолению необходимых для полноценного функционирования организма физических нагрузок, а также потребности в занятиях физическими упражнениями.

В условиях высшего профессионального образования здоровью студентов предъявляются большие требования. Широкое внедрение технических средств и компьютерных технологий в учебный процесс, возрастание разнообразного информационного потока, социально-экономические условия студенческой жизни, как правило, требует значительного напряжения адаптационных механизмов организма. Особенно трудно приходится студентам первых курсов, которые только начинают приспосабливаться к новой обстановке. Здоровье первокурсников – одна из самых важных проблем.

В современных условиях не преходящую ценность приобретает развитие у студентов познавательного интереса к изучению проблемы оздоровления человека через призму различных наук, критическому осмыслению информации, анализу, сопоставлению с личным опытом.

Знания, приобретенные в сфере физической культуры, не только позволяют реализовать потребности в совершенствовании биологического способа жизнедеятельности организма через оптимальное физическое развитие. Они также способствуют удовлетворению социально значимых потребностей личности, общительность, стремление к познанию, самореализации и самовоспитанию. Только на основе индивидуальных занятий и умений физкультурная деятельность может быть творческой, позволяющей личности находить в ней свои пути удовлетворения потребностей.

Человек – сам творец своего здоровья, за которое надо бороться и добиваться разумными путями. Здоровье – это первая и важнейшая потребность, определяющая способность его к труду и обеспечивающая гармоническое развитие личности. Оно является важнейшей предпосылкой к познанию окружающего мира, к самоутверждению и счастью человека. Активная долгая жизнь – это важное слагаемое человеческого фактора.

Существует три вида здоровья: физическое, психическое и нравственное (социальное):

• Физическое здоровье – это естественное состояние организма, обусловленное нормальным функционированием всех его органов и систем (система саморегулирующаяся).

• Психическое здоровье зависит от состояния головного мозга, оно характеризуется уровнем и качеством мышления, развитием внимания и памяти, степенью эмоциональной устойчивости, развитием волевых качеств.

• Нравственное здоровье определяется теми моральными принципами, которые являются основой социальной жизни, т. е. жизни в определенном человеческом обществе.

Опираясь на точку зрения А. С. Белкина и В. В. Нестерова [1], которые структуру педагогической компетентности рассматривают как совокупность ряда компетенций и проанализировав различные подходы к структуре компетентности (И. Д. Демакова, Л. Г. Логинова, Е. А. Лутцева, Т. В. Сикорская, С. А. Хазова и др.), предлагаем свой взгляд на профессионально-педагогическую компетентность физической культуры. Главными ее компонентами считаем гностическую (познавательную), конструктивную, организаторскую (управленческую), коммуникативную, исследовательскую, двигательную компетенции и компетенцию профессионально-личностного самосовершенствования [3].

Эффективное формирование перечисленного набора компетенций физическая культура может обеспечить лишь использование интерактивных методов обучения. Понятие «интерактивный» происходит от английского «interact» («inter» – «взаимный», «act» – «действовать»). Следовательно, «интерактивные методы» можно понимать как методы, позволяющие студентам взаимодействовать между собой.

Таким образом, потенциал по формированию компетентности на ЗОЖ осваиваются в настоящее время и в связи с внедрением компетентностного подхода в образовании, требующего кардинального изменения системы подготовки. Необходимо, чтобы она отвечала требованиям современности и готовила конкурентоспособных, широко эрудированных, способных решать широкий круг проблем, обладающих соответствующими личностными качествами профессионалов.

Список использованных источников

1. Белкин, А. С. Педагогическая компетентность / А. С. Белкин, В. В. Нестеров. – Екатеринбург: Центр «Учебная книга», 2003. – 188 с.

2. Жук, О. Л. Педагогическая подготовка студентов: компетентностный подход / О. Л. Жук. – Минск: РИВШ, 2009. – 336 с.

3. Кузнецова, Н. А. Профессионально-педагогическая компетентность учителя физической культуры / Н. А. Кузнецова // Вестн. Шадр. гос. пед. ин-та: науч. журн. – 2013. – № 3 (19). – С. 20–25.

М. А. Дуванова, А. В. Мешков
Украина, Донецк

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИЙ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

На данный момент времени достаточно много внимания уделяется инновациям во всех аспектах деятельности предприятий. С большой скоростью меняются условия внешней среды организаций, которые вынуждают их либо адаптироваться к изменениям и совершенствоваться, либо становиться аутсайдером, уступая более сильным конкурентам.

Развитие новых технологий не обходит стороной и сферу управления. Так, традиционные методы начинают устаревать, а в худшем случае – вообще перестают действовать, следствием чего является неэффективное функционирование системы управления предприятием и ухудшение основных показателей его деятельности. В быстро меняющихся условиях крайне необходим поиск и внедрение новых, более совершенных, инновационных методов управления для дальнейшего результативного функционирования субъекта хозяйствования. Учитывая данный аспект, следует отметить, что управлению инновациями посвящено достаточно большое количество научных трудов, в то же время изучению инноваций в управлении не уделяется должного внимания. Это обусловило актуальность исследования проблематики оптимизации эффективности инноваций в системе управления предприятиями.

Определенным аспектам изучения данной проблемы посвящены работы таких ученых как В. М. Катков, О. С. Мельникова [1], М. И. Кузьмина, О. В. Козяева, О. Н. Колесникова [2], Ю. Н. Локтионова, С. Н. Князев [3]. На основании проведенных исследований была определена цель данной статьи, которая посвящена раскрытию факторов, влияющих на инновации в системе управления, а также исследованию инновационных методов управления предприятием.

В настоящий момент управленческие инновации в большинстве стран бывшего СССР не получили должного распространения, хотя инновации в данной сфере не менее важны, чем в сфере техники и технологий.

Инновация в сфере управления представляет собой поиск и разработку эффективных, нестандартных и творческих решений для преодоления возникающих проблем.

В свою очередь можно выделить ряд факторов, которые, как положительно, так и отрицательно влияют на инновации в сфере управления (рис. 1). Укрепляя и развивая положительные факторы и устраняя негативные, предприятие может в полной мере реализовать инновацию в управленческой сфере и добиться повышения ее эффективности.

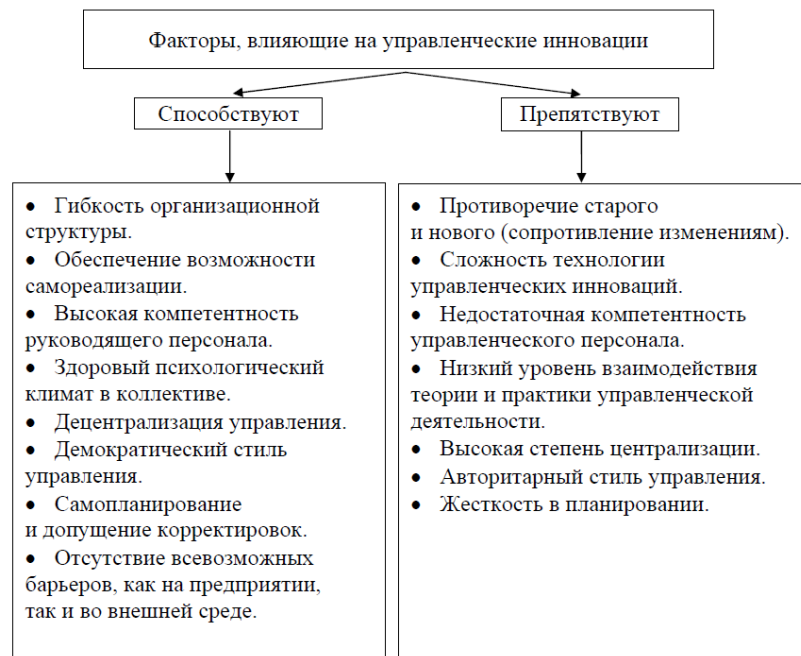


Рис. 1. Факторы, влияющие на инновации в сфере управления

Роль инновационных методов управления в совокупной системе управления достаточно большая. Это объясняется тем, что инновационный метод, внедренный в управление, призван не просто укрепить, но и кардинально изменить существующее состояние системы [1].

В общем виде можно представить следующие инновационные методы управления предприятием:

- самоорганизация и самоуправление [1] (позволяют компенсировать те области управления, которые не удалось охватить вследствие недостаточно профессионального управления);
- организационная инновация (внедрение усовершенствованных рабочих процессов и методов руководства);
- учрежденческая инновация (обновление существующих учреждений и создание новых организационных структур);
- концептуальная инновация (внедрение новых форм управления)[2];
- полная или частичная автоматизация управленческих процессов (обновление комплекса процедур, связанных с внутренним контролем, формирование у руководства более ответственного и целенаправленного подхода к управлению предприятием) [1];
- другие, менее распространенные, инновационные методы управления.

Таким образом, в качестве главного направления повышения эффективности управления следует признать необходимым его совершенствование с помощью новых инновационных инструментов. Каждая организация в праве самостоятельно выбирать, какой инновационный метод будет наиболее эффективен именно для нее, учитывая все возможные риски и отрицательные факторы, которые могут сдерживать внедрение и функционирование управленческих инноваций. Инновационные методы управления могут использоваться как по отдельности, так и в виде комбинации нескольких методов, с учетом поставленных целей организации. Эффективность инновационной деятельности в области управления может быть достигнута главным образом с помощью высокой компетентности руководства предприятия и его готовности к изменениям.

Список использованных источников

1. Мельникова, О. С. Инновационные методы управления в регионах [Электронный ресурс] / О. С. Мельникова // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2013. – № 1. – Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2013/01/1514>. – Дата доступа: 03.08.2015.
2. Колесникова, О. Н. Управленческие инновации и инструменты их внедрения в управление организацией / О. Н. Колесникова,

Ю. Н. Локтионова // Вестник курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2009. – № 6. – С. 40–43.

З. Князев, С. Н. Управление инновациями и инновации в управлении / С. Н. Князев, И. И. Ганчеренок // Університетські наукові записки. – 2007. – № 3. – С. 41–44.

А. Э. Камышный, А. В. Мешков
Украина, Донецк

СПЕЦИФИКА УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ НА ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Эффективное управление затратами является основой достижения высоких экономических результатов большинства предприятий в различных рыночных и социальных условиях. Затраты являются исходной составляющей деятельности любого предприятия, поэтому сущность управления затратами всегда останется на первом месте в изучении экономических процессов. Управление затратами – это процесс целенаправленного формирования затрат по их видам, местам и носителям при постоянном контроле и стимулировании их уменьшения. Известно, что предприятия, деятельность которых связана с инновациями, в большей степени подвержены влиянию рисков. По этой причине к процессу управления затратами на предприятиях данного вида необходимо подходить с максимальной точностью и осторожностью.

Специфику управления затратами предприятия в своих трудах рассматривали такие авторы как Э. А. Гомонко, Т. Г. Дроздова, Е. Н. Котенева, Г. К. Краснослободцева, Г. А. Краюхин, В. П. Кустарев, В. Г. Лебедев, С. Ф. Покропивный, Г. Г. Серебрянников, Т. Ф. Тарасова, С. О. Фильчакова и др. Они уделили основное внимание взаимосвязи управления затратами и системы управления предприятия в целом, проблемам классификации производственных затрат, раскрытию основных функций управления себестоимостью, а также современным методам управления затратами.

Процесс управления инновационной деятельностью подробно рассматривали такие авторы как А. Е. Абрамешин, В. П. Баранчеев, Т. П. Воронина, С. И. Кравченко, Э. И. Крылов, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин, О. П. Молчанова, А. А. Оводенко, Е. А. Тихонова, Т. Ю. Шемякина, Ю. В. Шлё-

нов, В. М. Хобта. В их исследованиях раскрывается сущность и особенности функций управления инновационной деятельностью, способы оценки конкурентоспособности инновационной продукции, организация технологического трансфера, методики оценки экономической эффективности инновационных проектов, а также принципы инвестирования инновационной деятельности. В то же время сущность управления затратами на инновации в этих и других трудах остается недостаточно раскрытой и требует дальнейшей более подробной проработки.

Исходя из всего выше сказанного, целью данной статьи является выделение специфики и оптимизация управления затратами инновационного предприятия в современных условиях хозяйствования.

Главная направленность управления затратами предприятий заключается в оптимизации использования ресурсов. Система управления затратами предприятия может считаться достаточно эффективным только в том случае, когда она позволяет не только рационально использовать имеющиеся ресурсы, но и обеспечивать активный системный поиск возможностей дальнейшего снижения затрат и, соответственно, обеспечивать развитие предприятия.

Для удобства управления затратами на инновационные процессы предприятий важно разделить их так, чтобы связать с субъектами управления, ответственными именно за эти затраты в данном месте. С этой целью используется следующая группировка затрат:

- непосредственно связанные с носителями (продуктами) и местами возникновения расходов;
- связанные с носителями и местами их возникновения;
- не связанные с носителями, с объектами деятельности, но связанные только с местами возникновения расходов [1].

На инновационном предприятии, как и на любом другом, основное внимание должно уделяться планированию и контролю затрат.

Планирование затрат на инновационные работы – это часть планирования инновационных процессов. Планирование затрат в инновационном менеджменте можно рассматривать в узком и широком смыслах. В узком смысле планирование охватывает только затраты на разработку инновационных проектов,

а в широком – и на их реализацию. При широком подходе планирование затрат превращается в планирование эффективности инновационных проектов. На стадии подготовки предложений по проекту они могут быть ориентировочными, а в полном объеме выполняться при оформлении плановой (контрольной) документации в виде плановой сметы. При расчетах ожидаемых затрат по их видам в инновационной сфере применяются различные методы:

- нормативный (базирующийся на плановых показателях длительности стадий, этапов, процессов, работ, операций; трудоемкости выполнения различных работ; материальных затрат и т. п. и подразумевающий разбивку проекта на конкретные этапы, реализация которых основывается на широком спектре плановых характеристик);
- параметрический (основывающийся на формировании суммы затрат исходя из технических и экономических характеристик инновационного объекта и нормативов затрат в расчете на единицу параметра);
- метод прямого счета (определение и поэлементная конкретизация издержек по каждому шагу реализации инновационного проекта);
- метод аналогов (в соответствии с данным инструментом базой для расчета затрат выступают издержки которые имели место при реализации инновационных проектов, имеющих определенное сходство по выбранным параметрам с той инновацией, которая планируется к реализации) [2].

Контроль затрат состоит из подготовки календарного графика работ, мониторинга процесса выполнения работ и выявления проблем, возникающих в процессе работы, информирование руководства о возникших проблемах и принятия решений об их ликвидации.

Сами же затраты на инновации предприятия делятся на текущие, которые формируют себестоимость инновационной продукции, и капитальные, представляющие собой затраты на проектно-конструкторские работы по созданию новых и улучшению существующих объектов. Это могут быть здания, машины, сооружения и другие основные средства, предназначенные для реализации инновационных решений [3].

Учитывая глубину текущих и капитальных затрат и специфику управления затратами предприятий, можно подытожить,

что процесс оптимизации и управления затратами инновационного предприятия должен основываться на следующих базовых аспектах:

1. Тщательное планирование предстоящих работ на предприятии;
2. Назначение отдельных должностных лиц на инновационном предприятии ответственными за определенные виды затрат;
3. Создание совета менеджеров, ответственных за выполняемые работы, для регулярного проведения совещаний, целью которых является оперативное принятие решений по устранению всевозможных проблем, возникающих в процессе работ подразделений инновационного предприятия;
4. Непрерывное наблюдение за процессом выполнения работ и за динамикой и отклонениями затрат, запланированных на данные работы;
5. Постоянное совершенствование организационной культуры и организации трудового процесса на предприятии;
6. Внедрение нетрадиционных системы мотивации персонала, которые редко применяются на обычных предприятиях, но могут привести к существенным позитивным эффектам при управлении инновационным субъектом хозяйствования.

Таким образом, процесс управления и оптимизации затрат на предприятии, занимающимся инновационной деятельностью, представляет собой комплексный механизм, включающий в себя тщательное планирование работ и затрат, непрерывный контроль выполнения работ и постоянное совершенствование внутреннего климата предприятия. Однако, следуя предложенным рекомендациям, можно значительно улучшить систему управления затратами, что само собой не позволит допустить их значительного отклонения от запланированных показателей.

Список использованных источников

1. *Крылов, Э. И.* Анализ эффективности инвестиций и инноваций: учеб. пособие / Э. И. Крылов, В. М. Власова, А. А. Оводенко. – СПб: ГУАП, 2003. – 506 с.
2. *Котенева, Е. Н.* Управление затратами предприятия: учеб. пособие / Е. Н. Котенева, Г. К. Краснослободцева, С. О. Фильчакова. – М.: Дашков и К, 2011. – 224 с.

3. Глуценко Е. Д. Управление затратами на производстве / Е. Д. Глуценко, А. И. Стрелец // Актуальні проблеми розвитку фінансово-кредитної системи України: матеріали сьомої всеукраїнської наукової конференції студентів та молодих вчених. – Донецьк, ДВНЗ «ДонНТУ», 2014. – С. 50–51.

Г. Н. Москалевич
Республика Беларусь, Минск

АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СТРАНАХ-ЧЛЕНАХ ЕАЭС

Актуальность исследуемой темы обусловлена тем, что маркетинг в странах-членах Евразийского экономического союза (далее – ЕАЭС) (Россия, Беларусь, Казахстан, Армения и Кыргызстан) да и вообще на всем постсоветском пространстве – явление новое, сопровождающееся массой правонарушений, в том числе и в сфере антимонопольного регулирования, в связи с некорректной интерпретацией некоторых основ маркетинга. Маркетинг является составной частью системы экономических отношений, поэтому его можно рассматривать как один из объектов правового регулирования. Кроме того, маркетинговые правоотношения как объект антимонопольного регулирования, как проблема частного характера, имеющая свою специфику, остаются неисследованными.

Маркетинговые правоотношения возникают между субъектами маркетингового права в процессе осуществления маркетинговой деятельности, включающей маркетинговые коммуникации, товарную политику, ценообразование, товародвижение, конкурентные отношения и маркетинговые исследования, а также вследствие государственного воздействия на субъекты рынка, например, антимонопольного органа на хозяйствующий субъект маркетинговой деятельности, которые выступают в качестве носителей взаимно корреспондирующих друг другу юридических прав и обязанностей.

Особое место в маркетинговом праве занимает товарная политика предприятия и его рекламная деятельность. Также государство отслеживает такую отрасль маркетинга, как ценообразование. Для регулирования всех этих сфер были разработаны многочисленные правовые акты, как на федеральном,

так и на региональном и локальном уровнях. Для того чтобы не попасть в судебное разбирательство и не нарушить закон, необходимо осуществлять маркетинговую деятельность согласно маркетинговому праву.

Стремление предприятия к постоянному расширению, монопольному положению на рынке, максимизации прибыли за счет снижения издержек производства и повышения реализационных цен было до недавнего времени общепринятой и признанной мотивационной основой предпринимательской деятельности.

Потребность в развитии и использовании на практике правового регулирования маркетинга стала особенно ощущаться в последнее время в связи с обострением конкурентной борьбы.

Конкурентные отношения в сфере маркетинга на территории ЕАЭС регулируются:

а) антимонопольными законами стран-участниц: Законом РФ «О защите конкуренции», Законом РФ «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг», Законом Республики Беларусь «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции», Законом Республики Казахстан «О конкуренции», Законом Республики Армения «О защите экономической конкуренции», Законом Кыргызской Республики «О конкуренции»; законами данных стран «О естественных монополиях»;

б) продвижение продукции регулируется в основном законами государств-участниц ЕАЭС «О рекламе».

Специалисты отмечают, что нормативные правовые акты стран-участниц ЕАЭС по поддержке конкуренции и ограничению монополизма лежат в общем русле опыта и тенденций мирового антимонопольного законодательства [1].

Конституции указанных выше стран гарантируют государственную поддержку конкуренции и свободу экономической деятельности.

Законами о конкуренции запрещены действия хозяйствующих субъектов (группы лиц, занимающих доминирующее положение), целью или результатом которых является создание или поддержание дефицита на рынке либо повышение цен; установление монопольно высоких (низких) цен; включение в договор дискриминирующих условий; создание препятствий доступу на рынок (выходу с рынка) другим хозяйствующим

субъектам; нарушение установленного порядка ценообразования.

Запрещаются и признаются недействительными достигнутые в любой форме соглашения (согласованные действия) конкурирующих хозяйствующих субъектов, имеющих в совокупности долю на рынке определенного товара более 35 %, направленные на установление (поддержание) цен (тарифов), скидок, надбавок, наценок; повышение, снижение или поддержание цен на аукционах и торгах; раздел рынка по территориальному принципу, по объему продаж или закупок, по ассортименту реализуемых товаров либо по кругу продавцов или покупателей (заказчиков).

Законами о конкуренции не допускается недобросовестная конкуренция. В том числе некорректное сравнение хозяйствующим субъектом в процессе его рекламной деятельности производимых или реализуемых им товаров с товарами других хозяйствующих субъектов; самовольное использование товарного знака, фирменного наименования или маркировки товара; копирование формы, упаковки, внешнего оформления товара другого хозяйствующего субъекта; получение, использование, разглашение научно-технической, производственной или торговой информации без согласия владельца.

В случае нарушения их прав субъекты маркетинговых правоотношений (хозяйствующие субъекты, органы исполнительной власти, должностные лица) обязаны в соответствии с предписаниями Антимонопольного комитета (его территориального управления) прекратить нарушения, восстановить первоначальное положение, расторгнуть или изменить договор; возместить причиненные убытки; уплатить штраф. Виновные несут гражданско-правовую, административную либо уголовную ответственность. Субъекты маркетинговых правоотношений преимущественно используют судебную защиту, а в качестве правовых гарантий применяются, главным образом, меры имущественной ответственности, например, взыскание неустойки, уплата штрафа, возмещение убытков.

ЕАЭС является важнейшим интеграционным объединением, которое, как подчеркнул Президент Республики Беларусь А. Г. Лукашенко в обращении главам государств-членов ЕАЭС, способствует обеспечению экономической и социальной стабильности в регионе [2].

Председательство Республики Беларусь в ЕАЭС направлено на содействие продвижению четырех основополагающих экономических свобод Союза: свободы движения товаров, услуг, капитала и рабочей силы. При этом фундаментом ЕАЭС должна стать полная отмена изъятий и ограничений в движении товаров. Данный подход согласуется с мнением белорусской стороны о необходимости максимальной либерализации условий экономической деятельности в рамках ЕАЭС.

В этом же направлении разрабатывают антимонопольное законодательство и другие члены ЕАЭС. Так, в настоящее время ФАС России готовит к рассмотрению во втором чтении четвертый антимонопольный пакет, направленный на существенное сокращение административных ограничений субъектов предпринимательской деятельности, снижение участия государства в экономике [3].

Страны-члены ЕАЭС 16.06.2015 обсудили в Минске вопросы антимонопольного регулирования, в том числе и в сфере маркетинга.

Общий рынок товаров регулируется согласованными актами антимонопольного законодательства, общими правилами госзакупок.

Как отметил Президент Республики Беларусь Александр Лукашенко на заседании шестой внеочередной сессии Палаты представителей Национального собрания, следует последовательно проводить политику создания равноправного союза, без изъятий и ограничений свободы движения товаров, услуг, капитала и рабочей силы.

Создание ЕАЭС имеет огромный экономический эффект для входящих в него государств, в первую очередь за счет снятия всех торговых ограничений.

Список использованных источников

1. *Пугинский, Б. И.* Формы и методы вмешательства государства в процесс ценообразования / Б. И. Пугинский // *Маркетинг*. – № 8. – 2007.
2. Обращение к главам государств-членов Евразийского экономического союза 13 января 2015 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://president.gov.by/ru/news_ru/view/obraschenie-k-glavam-gosudarstv-chlenov-evrazijskogo-ekonomicheskogo-sojuza-10649/. – Дата доступа: 28.01.2015.
3. Новости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://fas.gov.ru/fas-news/fas-news_36669.html. – Дата доступа: 10.09.2015.

Т. Б. Надтока, А. А. Какунина
Украина, Донецк

КАЧЕСТВО ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ КАК ОБЪЕКТ РЕГИОНАЛЬНОГО И МЕСТНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Повышение качества и уровня жизни населения становится актуальной задачей современных цивилизованных государств, их главным стратегическим направлением развития. По Индексу развития человеческого потенциала в 2013 г. Украина заняла 83 место среди 187 стран. Поэтому данная задача особо актуальна и для Украины. Ее решению в значительной мере способствовали международные инициативы, связанные с разработкой и реализацией Концепции устойчивого развития (Глобальный протокол, Цели тысячелетия, Киотский протокол, годовые отчеты по человеческому развитию стран-членов ООН и др.), которые явились отдельными механизмами мирового и государственного управления социально-экономическим развитием стран. Однако практическое достижение цели повышения уровня и качества жизни населения требует использования категории «качество жизни» как объекта управления на всех уровнях в стране, в том числе, на уровне отдельных регионов и городов.

Поэтому целью исследования явилось обобщение научных трудов в области оценки уровня и качества жизни населения и разработка методических положений оценки качества жизни населения отдельных городов, входящих в определенный регион (область), как объекта регионального и местного управления.

При управлении региона внедрение оценки качества жизни населения позволит оптимизировать областной и городские бюджеты, усовершенствовать разработку и контроль за реализацией Программы социально-экономического развития региона, сделать рейтинговую оценку городов по главному социальному критерию. А городам данная методика позволит находить «узкие места» в управлении социальным развитием города и разрабатывать механизмы по их ликвидации.

Оценка уровня и качества жизни населения со второй половины XX ст. явилась важнейшей научной проблемой, кото-

рую исследовали многие отечественные и зарубежные ученые (Э. М. Либанова, Л. И. Абалкин, В. П. Васильев, Т. В. Гаврилова, Л. А. Беляева, М. Б. Лига, А. И. Субетто, Г. Беккер и др.).

В этих исследованиях существует очень много проблем, основными из которых являются:

- сущность и взаимосвязь понятий «уровень» и «качество жизни»;
- выбор уровня исследования: микроуровень (индивидуум и семья) и (или) макроуровень (все население);
- выбор направлений (человек, природная среда, социальная сфера) и индикаторов, которые необходимо включить в предмет исследования уровня и качества жизни населения;
- выбор для интегральной оценки качества жизни населения конкретных показателей по индикаторам как по сущности, так и по способу измерения;
- выбор метода свертки разноизмеряемых показателей, характеризующих отдельные стороны жизни людей.

Большинство ученых пришли к ниже приведенным согласованным точкам зрения.

1. Понятие «уровень жизни» является более узкой категорией по сравнению с «качеством жизни». Оно определяется условиями существования человека в сфере потребления и измеряется через систему социально-экономических показателей общего благосостояния людей (доходы, потребление продуктов, жилищные условия, услуги образования, здравоохранения и т. п.). «Качество жизни» включает в себя кроме «уровня жизни» состояние экологической среды проживания, социально-психологического благополучия, политического климата.

2. Показатели, используемые при оценке уровня и качества жизни населения можно объединить в три группы [1]:

- социальные стандарты (ожидаемая продолжительность жизни, грамотность населения, минимальный и максимальный реальный ВВП на душу населения и др.);
- индексы, которые определяют отдельные параметры (индикаторы) качества жизни (Индекс экономики знаний, Индекс счастья, Индекс уровня человеческого развития [2, главы 8 и 9] и др.);
- «знаковые предметы», которые подчеркивают определенный уровень жизни (например, телевизор с диагональю более 72 дюймов в шт. на 100 домохозяйств и др.).

3. В зависимости от метода измерения индикаторы и(или) показатели качества жизни разделяют на объективные, субъективные (на основе социологических исследований), интегральные (смешанные).

Предпочтительными являются смешанные, причем включающие оценочные субъективные, отражающие отношение человека к реальной жизни.

Ученые разных стран и международных организаций разработали различные методики оценки уровня и качества жизни населения, однако, они в большинстве случаев касаются уровня всей страны, причем иногда отдельных сторон человеческой жизни.

В Украине была разработана и используется для управления методика оценки уровня жизни населения регионов (областей) страны [3], которая в отличие от методики ООН по оценке уровня человеческого развития является более детализированной (учитывает 9 направлений вместо 3 по мировой методике) и требует расчета 94 показателей по региону. Для практического использования качества жизни населения как объекта управления в конкретном регионе, на местном уровне необходима корректировка методики как в направлении упрощения, так и адаптации к местному статистическому учету социально-экономических показателей, что и было сделано в Донецком национальном техническом университете (г. Донецк) при разработке соответствующей методики оценки качества жизни населения городов определенного региона страны.

Основные положения методики:

- расчетный период – год;
- число частных показателей качества жизни населения ограничено десятью показателями. К ним относятся: среднемесячная номинальная заработная плата; объем реализованной продукции в городе; уровень безработицы; выбросы вредных веществ в атмосферу; предоставление населению субсидий; обеспеченность жильем; уровень травматизма; торговая площадь магазинов; количество дошкольных учреждений; темп роста населения;
- каждый показатель измерен соответствующим индексом (стандартизован таксономическим показателем методом на основе min и max абсолютных значений данного показателя по всем городам области);

- абсолютное значение показателя представлено либо на одного жителя города либо долей среди населения города;
- свертка показателей осуществлена с учетом весомости отдельных показателей, которые установлены экспертным методом (методом расстановки приоритетов).

Данная методика не противоречит ни мировой, ни украинской методикам, а дополняет их, так как при нормировании показателей происходит сопоставление не с международными стандартами, а с предельными (max, min) значениями рассматриваемого показателя по городам исследуемого региона.

Апробация методики была осуществлена на примере 28 городов Донецкой области Украины за период 2010–2012 гг.

Список использованных источников

1. *Гошовська, В. В.* Макроекономічні показники оцінки якості життя населення України за міжнародними методиками [Електронний ресурс] / В. В. Гошовська. – Режим доступу: <http://www.vmurol.com.ua/upload/publikatsii/nauka/Makroeconomichna%20otsinka%20yakosti%20zhittya.pdf>.
2. Социально-экономический потенциал устойчивого развития / под ред. проф. Л. Г. Мельника (Украина) и проф. Л. Хенса (Бельгия) – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2008. – 1120 с.
3. Людський розвиток регіонів України: методика оцінки і сучасний стан / Е. М. Лібанова [та ін.]. – К.: Державний комітет статистики України, 2002. – 110 с.

Н. С. Недашковская, В. И. Маргунова
Республика Беларусь, Бобруйск

ВНЕДРЕНИЕ МСФО В ОТЕЧЕСТВЕННУЮ ПРАКТИКУ УЧЕТА

За последние три десятилетия существенно возросла степень интеграции и глобализации финансовых рынков. В этой связи все больше стран начинают применять МСФО как основу для составления финансовой отчетности компаний, поскольку это помогает повысить прозрачность отчетности, улучшить ее качество, снизить стоимость капитала, инициировать поток инвестиций.

Ни одна страна в мире пока еще не использует МСФО полностью в качестве национальных стандартов. Как правило,

схожи общие принципы национального учета и МСФО, однако зачастую системы учета имеют значительные отличия. Поэтому применение МСФО следует рассматривать как отправную точку унификации и повышения информативности отчетности.

В Беларуси с принятием в 1994 г. Государственной программы перехода на международные стандарты бухгалтерского учета, начата работа по созданию национальных стандартов финансовой отчетности, максимально приближенных к международным. Программой реформирования бухучета в соответствии с МСФО был определен широкий комплекс мероприятий по ее практической реализации, начиная с разработки нормативной базы и мер по повышению квалификации специалистов по бухучету и заканчивая организацией международного сотрудничества.

Можно выделить некоторые реальные выгоды от внедрения МСФО в Беларуси: рост рыночной капитализации; выход на зарубежные рынки капитала и снижение цены привлекаемого капитала; приток иностранных инвестиций в экономику; большая прозрачность отечественных компаний и, как следствие, улучшение имиджа бизнеса за рубежом; более глубокая интеграция экономики страны в мировую хозяйственную систему и т. д.

Проблемы, с которыми сталкиваются организации при переходе на МСФО следующие: оплата услуг консультантов и обучение либо поиск новых сотрудников; замена или модернизация программного обеспечения; дополнительные издержки на сбор информации.

По мнению специалистов, отчетность в соответствии с МСФО можно получить двумя путями: методом трансформации отчетности и методом параллельного учета.

Первый метод простой, однако, он может давать погрешность. В его основе лежит построение специальных трансформационных таблиц. Таблицы взаимосвязаны и позволяют в итоге получить трансформированный отчет о прибылях и убытках и бухгалтерский баланс. К недостаткам такой методики, помимо возможных ошибок, следует отнести то, что информацию, подготовленную по МСФО можно получить только в конце периода, причем после завершения основного процесса трансформации приходится вносить корректировки.

Параллельный учет (иначе он называется методом двойного ведения бухгалтерского учета) ведется с помощью специального программного обеспечения. Для ведения параллельного учета система использует два плана счетов: белорусский и международный. При настройке типовых операций записываются как белорусские, так и международные шаблоны проводок. Введенные операции автоматически разносятся по различным модулям, что дает максимальную детализацию информации.

При этом следует отметить, что в случае полного перехода на МСФО не следует ожидать, что иностранные инвестиции резко хлынут в Республику Беларусь. Однако это будет важным шагом в процессе построения взаимного доверия между Республикой Беларусь и международным сообществом. Увеличение корпоративной прозрачности будет означать, что инвестиции станут менее рискованными для инвесторов, а значит, более дешевыми. Очевидно, что ни один национальный финансовый рынок не сможет нормально развиваться в отрыве от международного.

По итогам проведенной работы можно говорить об определенных как положительных результатах, так и о проблемах перехода. Тем не менее реформа будет реально закончена лишь, когда каждый бухгалтер будет профессионально владеть основами МСФО, а руководители компаний – действительно заинтересованы в предоставлении достоверной и объективной информации. Это означает, что более активно должна вестись работа по повышению квалификации бухгалтеров.

В числе других задач реформирования следует отметить необходимость окончательного разделения бухгалтерского учета на финансовый, управленческий и налоговый, как это принято в международной практике. При этом финансовый анализ будет ориентирован на внешних пользователей (собственников, инвесторов, кредиторов, дебиторов и т. д.), управленческий учет будет использоваться для систематизации затрат, принятия управленческих решений и планирования, а налоговый учет – применяться для исчисления налогов. В то же время еще раз следует подчеркнуть, что реформа бухгалтерского учета должна осуществляться с учетом сложившихся национальных традиций, специфики экономического раз-

вития Республики Беларусь, а не путем слепого копирования западного опыта.

Нужно рассматривать международные стандарты финансовой отчетности, прежде всего, как эффективный инструмент для выхода на международные рынки капитала, как новый комплексный подход в процессе формирования финансовой информации. Это особенно актуально в XXI в., который предъявляет качественно новые требования к компаниям, желающим успешно конкурировать на международных рынках. Организациям независимо от размеров и форм собственности придется решать задачу: как остаться жизнеспособными на рынке. Это удастся сделать только в случае предоставления товара или услуги, имеющего дополнительную ценность для потребителя, причем в условиях динамично развивающейся конкуренции. Это подразумевает наличие гибкой организационной структуры, в частности, возможность приспосабливаться к ускоряющимся темпам изменений и циклам деловой активности, а также обрабатывать интенсивные потоки информации, денежных средств и т. п.

Успешно функционирующая организация с гибкой структурой должна собирать, анализировать и обрабатывать данные потоки в реальном режиме времени. Переход на МСФО является важным шагом любой компании, стремящейся воспользоваться данными ресурсами и возможностями.

Пожалуй, главный вывод по первым итогам реформирования белорусской системы бухгалтерского учета – наличие определенных положительных результатов. Весьма болезненный процесс трансформации бухгалтерского учета в соответствии с требованиями рыночной экономики потребовал, прежде всего, изменения отношения к профессии бухгалтера. Бухгалтер, ранее являвшийся одной из самых незаметных фигур, превращается в незаменимого советника руководителей предприятия, осваивая совершенно новые функции (такие как финансовый менеджмент, налоговое планирование и др.). Чрезвычайно важно, чтобы реформа продолжалась достигнутыми темпами и приобретала законченный характер. Это особенно касается законодательной базы бухгалтерского учета, где нужно решить одну из самых застарелых болезней регулирования учета в Республике Беларусь – бесконечный поток текущих инструкций, писем, указаний, которые нередко противоречат

друг другу. В числе еще одного из перспективных направлений реформы следует выделить необходимость более широко участия бизнеса в разработке новых стандартов учета, что может быть достигнуто путем более активного вовлечения в процесс адаптации международных стандартов профессиональных объединений бухгалтеров.

Предполагается, что информация станет самым ценным ресурсом. В данном контексте финансовую информацию можно рассматривать как важнейший инструмент принятия хозяйственных решений, так как от ее качества зависит эффективность привлечения инвестиций. Хочется надеяться, что белорусские предприятия будут рассматриваться на внешних рынках в качестве равноправных партнеров и в полной мере использовать широкие возможности, предлагаемые международными рынками капитала.

Список использованных источников

1. Заборовская, А. Практические аспекты первого применения МСФО / А. Заборовская // МСФО. – 2014. – № 1. – С. 50–55.
2. Рыбак, Т. Опыт применения МСФО в государствах-участниках СНГ / Т. Рыбак // МСФО. – 2013. – № 3. – С. 10–17.

А. А. Носова

Республика Беларусь, Бобруйск

МАРКЕТИНГОВАЯ МОДЕЛЬ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ВУЗА

Важным изменением на рынке конца XX в. было изменение используемых моделей поведения потребителя. Традиционно на рынке господствовала модель, ориентированная на производителя. С развитием информационных технологий информация о рынке и инициатива перешла в руки самого потребителя, такие отношения между участниками рынка описывает модель рынка, ориентированного на потребителя.

Как и в других отраслях, в условиях высокой конкуренции на рынке образовательных услуг, учащийся (абитуриент) выбирает вуз, в котором он хотел бы освоить образовательную программу по данной специальности. Очевиден тот факт, что предпочтение он отдаст тому вузу, в котором комплексный показатель качества образовательной услуги будет выше. И самое

главное, потребитель при выборе вуза будет учитывать качество полученной образовательной услуги на единицу затраченных средств [1].

Большинство маркетологов согласны с тем, что качество в сфере образования вовлекает в себя сравнение потребителем своих ожиданий качества перед потреблением услуги с восприятием качества в момент непосредственного потребления услуги. Потребитель, по мнению специалистов, воспринимает качество услуги по двум срезам: техническому (что потребитель получает от услуги) и функциональному (как потребитель получает услугу).

Маркетинг образовательных услуг представляет собой систему управления рыночной деятельностью образовательного учреждения, направленная на регулирование рыночных процессов и изучение образовательного рынка, ведущая к наиболее эффективному удовлетворению потребностей: личности в образовании; образовательного учреждения – в развитии; предприятий-заказчиков – в росте кадрового потенциала; общества – в расширенном воспроизводстве совокупного личностного и интеллектуального потенциала.

Применение к рынку образовательных услуг концепции маркетинга взаимодействия обуславливается следующими причинами: социальной направленностью образовательных услуг; многогранностью запросов различных потребителей; интернационализацией образования; повышением роли непосредственных потребителей (личностей) в образовательной системе и тенденцией к индивидуализацией запросов; усилением неценовой конкуренции; особенностью поведения потребителей на рассматриваемом рынке, ролью факторов культурного уровня, образа жизни, личных источников информации при осуществлении выбора и покупки услуг и т. д.

В основе концепции маркетинга взаимодействия лежит предположение о том, что покупатели, выбирая продавца, уделяют внимание не только технической стороне процесса покупки – качество, сроки и форма оплаты, но и социальной – личность людей, вступающих в контакт, их компетенции, авторитет и способность создавать атмосферу доверия в процессе переговоров. В соответствии с этим покупатель выбирает продавца, который сможет предложить ему оптимальное техническое и социальное решение – конкурентоспособный продукт и бла-

гоприятную социальную атмосферу взаимодействия, которая предполагает установление доверия между партнерами в отношении выполнения обязательств, а также возможности бесконфликтного решения проблемных ситуаций [2].

Концепция маркетинга взаимодействия предусматривает, что социальное удовлетворение клиента в процессе общения опережает физическое удовлетворение клиента, полученное после потребления товара или услуги. Удовлетворение покупателя от процесса взаимоотношений – суть концепции маркетинга взаимодействия.

Разрабатывая маркетинговую модель, учитывается:

- количественная оценка качества упрощает процесс сопоставления образовательных услуг аналогичных специальностей различных вузов с учетом затрат на их приобретение;
- на основании количественной оценки можно выявить преимущества и недостатки деятельности образовательных учреждений в рамках каждого из выделенных направлений проведения оценки качества образовательных услуг высшего учебного заведения, а также разработать организационно-экономические инструменты ее повышения;
- результаты оценки качества важны при формировании маркетинговой стратегии вуза, а также могут быть использованы при проведении образовательным учреждением вступительной кампании.

Ориентация на потребителя, стремление понять и усовершенствовать рабочие процессы, желание измерить качество услуг – обязательные элементы маркетинговой стратегии развития вуза в целом. Поэтому и важна концептуализация качества образовательной услуги с точки зрения маркетинга.

Для оценки качества образовательных услуг очень важную роль играют две составляющие модели: внутренний и интерактивный маркетинг. Внутренний маркетинг направлен на оценку качества профессорско-преподавательского состава руководством вуза, а интерактивный маркетинг предполагает оценку качества образовательных услуг, предоставляемых вузом со стороны его потребителей [3].

Маркетинговая модель обеспечения качества образовательных услуг вуза представлена следующим образом.

Поскольку вуз, выступает товаропроизводителем, он должен определять линию поведения, а точнее, политику деятельности,

применительно к каждой конкретной образовательной услуге, номенклатуре всех образовательных услуг, повышению их ценностной значимости, удобству приобретения и поддержанию уровня качества. Следовательно, в задачи товарной политики вуза входит выработка и реализация мер по формированию товарного ассортимента, продуктового портфеля предлагаемых услуг, оптимизации их номенклатуры и жизненного цикла, повышению качества образовательных услуг. Реализация этой задачи предполагает создание продуктового портфеля вуза с учетом факторов спроса на конкретную специальность, и возможностей вуза вести качественную подготовку по этой специальности.

Второй элемент маркетингового микса — это ценовая политика. Цены на образовательные услуги должны быть такими, чтобы обеспечить набор необходимого количества абитуриентов в вуз и в то же время компенсировать затраты вуза на обучение.

Важной составляющей маркетинга-микс является распределительная политика вуза. Формирование распределительной политики предполагает определение предпочтительных каналов распределения. Каналы распределения характеризуют собой способ предоставления услуги, путь по которому они движутся от производителя до потребителя. Главной целью политики распределения является приближение образовательных услуг к потребителям.

Еще одним элементом маркетинга-микс, который, способствует распространению и приближению образовательных услуг к потребителю является коммуникационная политика.

Традиционно в комплекс маркетинговых коммуникаций входят: реклама, формирование благоприятного общественного мнения (public relations), личные продажи и стимулирование сбыта. В маркетинге образовательных услуг предпочтение отдается рекламе, public relations и личным продажам.

Рассмотренный комплексный подход к формированию маркетинговой модели обеспечения качества образовательной услуги, а также организационно-экономического механизма маркетингового управления вузом позволяет сделать вывод, что технология управления маркетингом включает всю совокупность экспертно-аналитического и методологического инструментария по анализу и обнаружению объективных угроз

и осложнений в конкурентной позиции вуза, технологию принятия маркетинговых решений по планированию, определению стратегий развития, формированию маркетингового микса вуза на основе комплексной оценки качества образовательной услуги.

Список использованных источников

1. Сагинова, О. В. Природа и характеристики образовательных услуг / О. В. Сагинова // Маркетинг: формы, методы, исследования. — 2005. — № 3. — С. 53–63.
2. Сеферян, А. Г. Маркетинговая политика в бизнес-образовании / А. Г. Сеферян // Бизнес-образование. — 2001. — № 2(11). — С. 23–27.
3. Шабанова, М. М. Методические основы формирования маркетинговой концепции управления качеством образовательного процесса в вузе / М. М. Шабанова, Р. Р. Алиева, З. А. Рамазанова // Маркетинг в России и за рубежом. — 2009. — № 2. — С. 100–112.

Ю. А. Оленичева
Украина, Донецк

ПРОБЛЕМЫ МЕЖБЮДЖЕТНЫХ ОТНОШЕНИЙ В УКРАИНЕ

Финансовые отношения между разнообразными субъектами хозяйствования на видное место выдвигают наибольшего собственника — государство, в пользу которого распределяется и перераспределяется большая часть ВВП страны. Однако процессы децентрализации политической и экономической системы государственной власти и управления предопределяют выделение из состава государственной собственности значительной части в собственность территориальных общин. При этом формируется коммунальная собственность, а также право общин на часть доходов экономических субъектов разных форм собственности. Таким образом, создается финансовая база местного самоуправления, формируются финансовые ресурсы органов власти и управления разных уровней для финансирования собственных и делегированных государственных обязательств.

Целостное функционирование бюджетной системы обеспечивается взаимодействием всех ее элементов [1]. Однако при современных условиях межбюджетные отношения остаются напряженным звеном в бюджетном процессе. Современными

острейшими проблемами в сфере межбюджетных отношений являются:

1. Несоответствие между обязательствами по расходам местных бюджетов и источниками финансирования.
2. Слабая степень корреляции между реальными нуждами местных бюджетов в средствах из государственного бюджета и их отображением в формуле распределения объема межбюджетных трансфертов.
3. Неравномерное соотношение «дотация – субвенция» в структуре трансфертов, превосходящая доля дотаций и субвенций на социальную защиту.
4. Нормативная неурегулированность обеспечения расходов на социальные нужды.
5. Диспропорции соотношения объемов первой и второй корзины доходов местных бюджетов.
6. Неэффективная децентрализация бюджетной системы [2].
7. Низкий уровень обоснованности и прогнозируемости доходной части местных бюджетов.
8. Неурегулированность отношений на уровне район – город районного значения, поселок, село.
9. Невнесение к местным бюджетам средств, необходимых на удержание объектов социальной инфраструктуры, которые переходят в коммунальную собственность.
10. Нерешенность вопросов преодоления задолженности между бюджетами разных уровней по взаимным расчетам [3, с. 124].

При современных условиях система органов власти Украины предусматривает большую централизацию, чем это допускает степень независимости, предоставленная местным органам власти. Поэтому важным шагом к укреплению системы межбюджетных отношений должны стать достижение консенсуса в вопросах определения круга обязанностей для каждого уровня власти и связанной с ним степени ответственности. Ответственность органов власти определенного уровня нужно привести в соответствие с их правами относительно принятия решений.

На сегодня можно выделить такие основные направления реформирования межбюджетных отношений:

- четкое определение функциональных полномочий органов государственной власти и местного самоуправления, которое исключало бы их дублирование;

- перераспределение объектов общегосударственной и коммунальной форм собственности, согласно функциональным полномочиям органов власти;
- распределение расходных обязательств между разными видами бюджетов, который позволит установить четкую ответственность органов власти за предоставление общественных услуг и эффективность бюджетных затрат, а также осуществлять надлежащий контроль за работой аппарата управления;
- распределение налоговых полномочий относительно изменения налоговых ставок и получения конкретных видов налогов (или их части) в соответствующий бюджет;
- формирование децентрализованной модели организации межбюджетных отношений, развитие финансовой автономии местного самоуправления;
- расширение ресурсной базы регионов благодаря закреплению за местными бюджетами средств, достаточных для выполнения собственных и делегированных полномочий органами местной власти, рост роли местных налогов и сборов в социально-экономическом развитии регионов;
- организация эффективного казначейского обслуживания местных бюджетов и контроль за использованием местными органами власти финансовых ресурсов, которые предоставляются в виде трансфертов [3, с. 123];
- четкое распределение ответственности за расходами между органами государственной и местной власти.

Таким образом, можно сделать вывод, что межбюджетные отношения в Украине нуждаются в дальнейшем усовершенствовании с целью расширения ресурсной базы органов местного самоуправления и внедрения децентрализованной модели межбюджетных отношений.

Список использованных источников

1. *Сунцова, О. О.* Місцеві фінанси: навч. посіб. / О. О. Сунцова. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 488 с.
2. Шляхи реформування міжбюджетних відносин в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/MONITOR/mart2009/32.htm>.
3. *Цимбаленко, Я.* Шляхи реформування міжбюджетних відносин в Україні / Я. Цимбаленко // Держава та регіони: Серія: Державне управління. – 2010. – №1. – С. 121–126.

Л. П. Павлова
Республика Беларусь, Бобруйск

МЕЖКУЛЬТУРНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ БЕЛАРУСИ И ГЕРМАНИИ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ – ВАЖНЫЙ ЭЛЕМЕНТ ИНТЕГРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В МИРОВОЕ СООБЩЕСТВО

Главными аспектами сотрудничества между Республикой Беларусь и Федеративной Республикой Германия являются:

- установление и развитие эффективных взаимовыгодных партнерских связей с ведущими учебными и научными заведениями мира, в том числе Германии, подготовка многосторонних программ сотрудничества в области науки, образования и культуры;
- приглашение в университеты высококвалифицированных зарубежных специалистов для чтения лекций, проведения консультаций, совместных научных исследований, оказания методической помощи в совершенствовании системы учебной работы в вузе;
- разработка предложений по обеспечению эквивалентности и признания документов об образовании;
- преподавательские и студенческие обмены.

Для Республики Беларусь развитие общественно-культурных отношений с Германией является важным элементом интеграции в мировое сообщество, возможностью восприятия лучших достижений мировой культуры, осознания собственной национальной самобытности и неповторимости, моральной и материальной поддержки развития культуры.

Как справедливо подчеркивает А. В. Русакович, общественно-культурные связи Беларуси и Германии направлены на все сферы общественной жизни, культуры, науки, образования и включают гуманитарное сотрудничество в сфере преодоления последствий чернобыльской катастрофы; акции, направленные на примирение и укрепление взаимопонимания, связи городов-побратимов, проведение информационно-культурных мероприятий, литературные, художественные, музыкальные связи, научные, образовательные контакты и т. д. [1].

Основой германо-белорусских отношений в сфере культуры является подписанное в 1994 г. «Соглашение о культурном сотрудничестве» [2]. Приоритеты культурного сотрудничества – образование (сотрудничество между школами и вузами) и наука, популяризация немецкого языка, а также музыка, театр и выставки.

Особую роль играет открытый в 1993 г. Институт имени Гёте в Минске, который наряду с интенсивной языковой работой организует различные мероприятия в области культуры в столице и регионах. Институт имени Гёте курирует также сеть немецких библиотек в Беларуси.

К числу основных мероприятий, ставших уже традицией, а точнее, осуществляемых по графику, нужно отнести медиа-автобус «Deutsch Express» – библиотеку на колесах, которая дает возможность взять на дом как книги на немецком языке, так и компакт-диски, CD-ROM, видеокассеты и DVD. Она проводится пока только в нескольких городах Беларуси. К таким относятся Бобруйск, Барановичи, Молодечно. Бобруйский филиал Белорусского государственного экономического университета принимает активное участие в данном мероприятии, студенты с благодарностью пользуются услугами медиа-автобуса «Deutsch Express». Полученную информацию они используют на практических занятиях, при подготовке творческих проектов на немецком языке, в процессе участия в учебных деловых играх и т. п., а также при выполнении проектных работ на немецком языке.

Миссией Германской службы академических обменов (DAAD) является обеспечение кооперации между немецкими вузами и высшими учебными заведениями зарубежья. Один из основных путей достижения этой цели – двусторонний обмен, в котором участвуют как преподаватели и ученые, так и студенты белорусских вузов. Беларусь входит в число 32 стран, где DAAD активно представляют информационные центры и международные бюро. Информационный центр DAAD в Минске открыт в 2004 г. и успешно продолжает свою деятельность в рамках научно-академического обмена.

Кроме того, DAAD регулярно организует информационные, образовательные и культурные мероприятия для преподавателей немецкого языка, студентов, а также всех, кто проявляет интерес к немецкой культуре и немецкому языку.

ку. Так, в рамках недели кафедры общественных дисциплин и права студентка Бобруйского филиала БГЭУ Татьяна Сандуляк 20–23 октября 2011 г. приняла участие в семинаре по линии ДААД «Открыть Германию» в Брестском государственном университете имени А. С. Пушкина. По окончании семинара студентка получила сертификат о прослушанном спецкурсе в экономической, социальной и культурной жизни Германии.

В целях укрепления общественно-культурных отношений двух стран ежегодно проводится большое количество мероприятий, в том числе различные стипендиальные программы и конкурсы. Германское зарубежное общество (DAG) предлагает курсы повышения квалификации для преподавателей немецкого языка из Северной и Северо-Восточной Европы, а также Республики Беларусь. Стипендиальная программа «Journalisten International» предлагает молодым журналистам трехмесячную стажировку в Берлине.

Германский Бундестаг выделяет Международные парламентские стипендии (IPS) выпускникам вузов из Беларуси. В связи с этим преподавателями ДААД Александром Цинтль и Марией Фёльцер во время встречи (27 октября 2011 г.) со студентами Бобруйского филиала (50 студентов, изучающих немецкий язык) была представлена презентация стипендиальных программ для студентов на 2012/2013 гг. Студенты имели возможность ознакомиться с правилами написания деловых писем, заявок, документов и резюме. Под руководством преподавателей ДААД прошел тренинг в компьютерном классе по заполнению немецких тестов в режиме on-line, в котором приняли участие студенты филиала. По итогам тренинга на уровень международных стандартов вышли студенты: Вероника Кулакова, Татьяна Сандуляк, Кристина Рачицкая, Елена Попок.

В нашем университете ДААД-лекторы ежегодно проводят разноплановые семинары и мастерские, которые различаются по тематике и могут выбираться студентами по их желанию. Популярны среди студентов такие темы, как: «Молодежная культура: коммуникации, язык молодежи в современных технологиях, вербальные и невербальные коммуникации» (лектор Райко Лассончик), «Юмор в Германии: о чем и почему смеются не только немцы» (лектор Карстен Мюнхофф), «Экономическая

игра: симуляция по экономическим процессам решений» (лектор Александр Цинтль).

Регулярно проводятся викторины «Знаешь ли ты Германию?» (студентам это доставляет особое удовольствие) и показ фильмов, посвященных проблемам культуры и образования в ФРГ. При этом лекторы находятся в распоряжении студентов и педагогического персонала по любым вопросам в течение всего дня.

Сотрудничество Бобруйского филиала БГЭУ с Германской службой академических обменов (DAAD) продолжает активно развиваться – в 2014 и 2015 гг. благодаря представителю ДААД господину Ларсу Шмидту, который регулярно проводит встречи со студентами, мастер-классы со студентами 1 курса. Особый интерес у студентов – будущих специалистов экономического профиля – вызвало занятие по проблемам в сфере маркетинговых исследований, проведенное в формате «workshop». Со студентами, претендующими на получение стипендии DAAD, проводятся тренинги по написанию заявки на одну из многочисленных программ.

В рамках проблемы Чернобыльской катастрофы немецкая сторона не только оказывала и оказывает конкретную, действенную помощь белорусскому народу, непосредственно пострадавшему от аварии, но и способствует также формированию в Беларуси нового (положительного) образа немцев, значительно отличающегося от того, который сложился в результате войны и оккупации, ставших причиной чудовищных последствий для страны.

Следует отметить, что культурные отношения между двумя государствами – Республикой Беларусь и ФРГ привели к установлению прочных связей, тесно переплетаются и проникают в традиции наших народов, и эта взаимосвязь постоянно вдохновляет педагогов и культурных деятелей обеих стран.

Список использованных источников

1. *Русакович, А. В.* Общественно-культурные связи Беларуси и Германии в 90-е гг. / А. В. Русакович // *Белорусский журнал международного права и международных отношений.* – 1999. – № 3.
2. *Соглашение между Правительством Республики Беларусь и Правительством Федеративной Республики Германия о культурном сотрудничестве // Эталонный банк данных правовой информации в Республике Беларусь.* – Минск, 2015.

Э. В. Поляков
Украина, Донецк

АНАЛИЗ МЕТОДИЧЕСКИХ ОСНОВ КОМПЛЕКСНОГО ПОДХОДА К ФОРМИРОВАНИЮ МЕХАНИЗМА РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ

Комплексный подход к механизму реструктуризации интегрирует интересы и действия всех участников процессов и должен учитывать весь комплекс факторов воздействия. В. В. Полянский в своем научном труде процессный подход сводит к следующей парадигме реструктуризации – это процесс, в котором должна быть соблюдена определенная поэтапность проведения, то есть обуславливается последовательность взаимосвязанных действий по планированию, организации, мотивации, мониторингу, контролю, регулированию и координации [1]. Рассмотрение механизма по этапам реструктуризации позволяет проследить процесс подготовки и принятия решений в данном направлении. На первом этапе оценивается влияние факторов внешней и внутренней среды: политических, экономических, рыночных, технологических и социально-демографических, а также выполнение производственной программы. Реализация данного этапа позволяет обеспечить разработку концепции реструктуризации. На втором этапе формируются цели и определяется вид будущей реструктуризации. Центральным этапом является третий, где происходит выбор форм и методов реструктуризации. Предприятие имеет возможность выбирать те или иные формы и методы реструктуризации, которые в большей мере соответствуют ее цели и позволяют осуществить в кратчайшие сроки деятельность с лучшими результатами. При этом могут применяться различные методы: продажа неиспользованных основных фондов с реализацией избыточной их части; сокращение дебиторской и кредиторской задолженности; передача части имущества в аренду; покупка и продажа акций других предприятий. Четвертый этап посвящен разработке комплексной программы реструктуризации, представляющей собой набор действий. Для повышения обоснованности программы были разработаны альтернативные действия, оценка экономической эффективности и выбор оптимального вари-

анта с учетом существующих ограничений. На пятом этапе контролируется ход реструктуризации программы, проводится ее анализ и при необходимости вносятся коррективы.

Анализ научных исследований свидетельствует о том, что объектами реструктуризации могут являться не только предприятия и их функциональные звенья, но и крупные хозяйственные комплексы региона, а также отрасли экономики в целом. Поэтому сущность процесса реструктуризации в условиях кризиса включает трансформации организационно-правовой структуры предприятия, отрасли, хозяйственного комплекса региона, технико-технологическую и инновационную реструктуризацию производства; оптимизацию структуры управления, повышения конкурентоспособности продукции в соответствии с современными условиями хозяйствования с целью стабилизации или повышения экономического состояния предприятия или других объектов на основе приспособления предприятий и секторов к изменяющимся условиям конкуренции, сочетание рыночного и государственного регулирования, решения эколого-экономических противоречий. Стратегической задачей реструктуризации на уровне региона является преодоление структурного кризиса на основе определения и поддержки приоритетных отраслей, с учетом геополитического положения региона (города), имеющегося кадрового, научно-технического и производственного потенциалов. Особенностью промышленного комплекса региона является то, что его экономика представлена не только промышленными предприятиями, но и связанными с ними объектами производственной и непроизводственной инфраструктуры. В связи с этим его реструктуризация должна включать не только целенаправленные изменения состава и содержания внутренних его частей (предприятий), существующих между ними пропорций и связей, но и реализацию целей более высокого порядка, а именно улучшение на основе этих изменений качества жизни населения. Поэтому изменения должны касаться также вспомогательных и обслуживающих отраслей региона.

При решении проблем реструктуризации промышленного комплекса города необходима, прежде всего, согласованность интересов субъектов и объектов различных уровней управления и сфер хозяйствования. Устойчивая структура промышленного комплекса города предоставляет ему возможность реализовать многие функции управления, но она сама по себе является

инертным фактором и на определенном этапе может вступить в противодействие с целями развития экономики города. Подобное противоречие можно будет решить за счет формирования новой структуры, то есть реструктуризации. Отраслевая реструктуризация означает рационализацию внутриотраслевой структуры, ликвидацию неэффективных производств, повышение конкурентоспособности и качества структуры продукции отрасли, замену устаревших технологий на прогрессивные ресурсосберегающие технологии, снижение техногенного воздействия на окружающую среду, обеспечение социальных гарантий. Исследуя проблемы структурных преобразований в отраслях промышленности, прежде всего, появляется необходимость выделить базовые отрасли, результаты функционирования которых определяют уровень социально-экономического развития национальной экономики. Поэтому от выбранных механизмов управления реструктуризацией угольной отрасли будет зависеть и реструктуризация других предприятий региона.

Анализ научных исследований по обоснованию этапов реструктуризации отрасли свидетельствует о разнообразии подходов к этому процессу. Л. Рассуждай концентрирует внимание на таких аспектах реформирования угольной отрасли как реформирование управления отраслью, осуществление реструктуризации шахтного фонда и ликвидация неперспективных шахт [2]. Современные результаты реструктуризации угольной отрасли в Украине свидетельствуют об односторонности подхода к этому процессу, поскольку фактические результаты не достигли уровня запланированных, фиксируется низкий уровень эффективности приватизационной компании, выделенные инвестиции на ликвидацию угольных предприятий потрачены нецелевым способом, окончательно не урегулирован вопрос о финансировании социально-культурных объектов, переданных в коммунальную собственность. Кроме низких результатов реструктуризации, в области возникли специфические проблемы по вопросам организации функционирования территориальных единиц и их социума. Отрицательные результаты реструктуризации отрасли негативно повлияли на социально-экономическое положение городов и поселков, для которых угольные предприятия являются градообразующими. Основным недостатком реструктуризации отрасли является то, что в основу реструктуризации ложился сугубо отраслевой

подход, который признавал, прежде всего, интересы отрасли без должного учета интересов территорий и населения. К другим недостаткам реструктуризации отрасли можно отнести недостаточный уровень технико-экономического обоснования мероприятий по закрытию шахт, чисто административную реализацию реструктуризационных мероприятий, проведение реформ в быстром (кризисном) темпе. Поэтому основной задачей, стоящей перед государством на региональном уровне, является стабилизация экономической ситуации шахтерских городов, создание условий для обеспечения их саморазвития. Исходя из объективной необходимости усиления государственного влияния на развитие угольной промышленности и совершенствование процесса реструктуризации, в первую очередь как средства повышения эффективности функционирования отрасли, а не простого закрытия и ликвидации наиболее убыточных предприятий, целесообразным является откорректировать его в направлениях использования имеющихся внутренних резервов эффективности работы угольных шахт, в частности увеличение объемов добычи угля за счет повышения уровня использования производственных мощностей; улучшение качества угольной продукции; уменьшение до полного обнуления теневых и бартерных операций; привлечение к хозяйственной деятельности природных ресурсов, сопутствующие добывающихся с углем.

Теоретическая и практическая нерешенность проблемы энергетической безопасности Украины предопределяет необходимость разработки системы показателей-индикаторов состояния и энергетической безопасности и их пороговых значений, а также усовершенствование практики формирования показателей ресурсной части прогнозных топливно-энергетических балансов Украины. Учитывая ограниченность валютных ресурсов для импорта энергоносителей, наличие больших геологических запасов собственного угля и соответствующей производственной базы для его добычи, целесообразно принять за основные показатели-индикаторы энергетической безопасности уровень самообеспечения страны энергоносителями и объем добычи собственного угля.

Список использованных источников

1. *Полянський, В. В.* Особливості реструктуризації підприємств вугільної промисловості України в сучасних умовах господарювання /

В. В. Полянський // Стратегія і механізми регулювання промислового розвитку: зб. наук. пр. – Донецьк: ІЕП НАНУ, 2009. – С. 251–265.

2. *Рассуждай, Л. Н.* Экономическая стратегия развития угольной отрасли: механизм формирования и реализации: моногр. / Л. Н. Рассуждай. – Донецк: ИЭП НАН Украины, 2003. – 116 с.

Э. И. Полякова, В. С. Болотских
Украина, Донецк

ИННОВАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ МАРКЕТИНГОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В современных условиях хозяйствования принципиально изменились внешние условия деятельности промышленного предприятия. Для того, чтобы стать полноправным субъектом рыночной системы, предприятию необходимо научиться самостоятельно решать следующие задачи: осуществлять поиск источников финансирования; выбирать эффективные технологии, способные обеспечить конкурентоспособность товара; анализировать рынки сбыта; устанавливать связи с новыми поставщиками и прочее. Решение этих задач станет возможным только в том случае, если предприятие сможет адаптироваться к новым условиям хозяйствования, а для этого необходимо изменить его внутреннюю структуру, подобрать новые формы и методы управления как текущими процессами, так и процессами воспроизводственного характера, непосредственно связанными с внедрением научно-технических достижений. Опыт проведения предыдущих реформ показал, что предприятиям тяжело переходить от административных принципов работы к рыночным, особенно в тех случаях, когда встает вопрос о введении новых видов продукции и обновлении фондов. Поэтому на предприятиях особую значимость приобрели проблемы формирования организационно-экономического механизма управления маркетинговым потенциалом. Прежде всего, невозможно принимать стратегические решения по маркетингу без всестороннего знания общих условий деятельности в регионе, стране и на мировом рынке. В настоящее время к наиболее оптимальному методу исследования общих условий сбыта относится факторный анализ, который систематизирует многочисленные параметры в определенную матрицу в соот-

ветствии с рядом критериев. Сущность факторного анализа заключается в выявлении степени и скорости влияния ранжированных факторов на деятельность предприятия. Скорость действия фактора определяется вероятностью начала того или иного события и временем, необходимым для проведения контрмеры. Влияние каждого фактора оценивается по балльной шкале; баллы выставляются на основе экспертных оценок. В результате выделяются проблемы, которые заслуживают более глубокого анализа. Такой подход позволяет сокращать время на выявление основных тенденций и концентрировать усилия на наиболее важных проблемах. Посредством такого исследования области рынков сбыта конкретизируется завершающий этап – анализ потенциальных маркетинговых возможностей по расширению рыночной доли и повышение прибыльности операций.

Прежде всего, стратегия маркетинга основывается на глубоком и всестороннем анализе внутренней и внешней систем. Ее невозможно отработать без учета производственных и сбытовых возможностей самого предприятия, анализа негативных и позитивных сторон всех аспектов его деятельности, критической оценки стратегии. Исследование деятельности предприятия является важной составной частью маркетинговых исследований. Этот этап включает комплекс направлений анализа не менее глобальных по охвату проблем, а именно – анализ производственно-сбытовой деятельности предприятия. При этом необходимо учитывать разницу в подходах, методах и главное – использовании результатов. С позиции маркетинга анализ показателей производственно-сбытовой деятельности направлен на выявление эффективности деятельности по каждому из направлений производства и сбыта. Анализ стратегии делится на этапы исследования предыдущей и текущей стратегии и изучение ее основных проблем и потенциальных возможностей. На первом этапе определяют основные стратегические установки предприятия и их изменения на текущий год. На втором этапе определяют наиболее важные стратегические задачи, которые стоят перед предприятием в различных сферах деятельности. Анализ организационной структуры, включая исследования по структуре кадров и их стимулированию, по структуре управления, действующей системе планирования, стилю работы, эффективности деятель-

ности. Анализ затрат – один из главных разделов изучения деятельности предприятия, так как их уровень по сравнению с затратами конкурентов определяет абсолютную прибыль операций на рынке сбыта. Анализ финансовых аспектов должен определять способность предприятия финансировать существующие и намеченные на перспективу направления деятельности. В рамках анализа «портфеля» направлений деятельности сравнивается эффективность всего комплекса направлений производства и сбыта, где подразделения выступают как стратегические единицы бизнеса или стратегические хозяйственные подразделения.

Выявление потенциальных возможностей предприятия – это конечный результат этапа маркетингового исследования предприятия. В результате этого анализа выявляются ключевые направления деятельности и имеющихся ресурсы, использование которых может обеспечить предприятию преимущество над конкурентами. Деятельность предприятия должна оцениваться по ограниченному числу критериев, которую необходимо ранжировать по степени важности. В отдельные периоды и в определенных направлениях деятельности предприятие может решать и второстепенные задачи.

Преимущество в разработке стратегии маркетинга представляется основными целевыми установками. К стратегическим целям относят – увеличение нормы прибыли, рост объема продаж, расширение рыночной доли. Производственно-сбытовые цели включают: производительность труда; качество товаров и услуг; диверсификацию производства и сбыта. «Поддерживающие» целевые установки – это стабильность финансового положения, рациональное использование ресурсов, расширение сбытовой сети, совершенствование управления. При анализе каждого из направлений деятельности предприятия должны учитываться все целевые установки, относящиеся к этому направлению, а конечный результат анализа будет резюмирующим и адекватным стратегическим целям по возможности извлечения реальных потенциальных возможностей.

Маркетинговый подход по управлению деятельностью субъектов хозяйствования в условиях товарного производства становится закономерностью рыночных отношений, которая определяется поступательным развитием и раскрывает сфор-

мировавшиеся связи объектов рынка – производителя и потребителя.

Вместе с тем, как показывает хозяйственная практика промышленных предприятий Донецкого региона, процесс адаптации отечественных субъектов хозяйствования к условиям рыночной экономики проходит медленно. Это обусловлено тем, что в современных сложных условиях на предприятиях еще не используются в полной мере новые формы управления производством, которые создавали бы предпосылки для обеспечения их конкурентоспособности, адаптации к постоянным изменениям внешней среды и рынка, стабильности условий хозяйствования.

Анализ результатов использования и развития маркетинга, изучения отечественной и зарубежной практики управления хозяйствующими субъектами, а также обобщение теоретических положений в этой области, дают основание утверждать, что в настоящее время в деятельности предприятий нельзя ограничиваться только непосредственно реализацией товаров. Органической частью хозяйствования должно стать изучение рынка, его сегментов и ниш, выявление потребностей, запросов и предпочтений потенциальных покупателей, информативность о полезных свойствах и уровень качества товара, его цены и ценности использования, преимущества по сравнению с товаром-заменителем и получаемыми выгодами от сервисного обслуживания.

Постоянная и планомерная работа по организации управления маркетингом должна осуществляться на основе системы взаимосвязанных показателей, характеризующих ее уровень. Одновременно нужно внедрять научно обоснованные рекомендации по проведению анализа существующей организации маркетинга, а также объективной оценке мероприятий, которые разрабатываются с целью улучшения системы управления. Для управления маркетинговым потенциалом предприятия необходимо провести оценку состояния маркетинговой системы. Системный анализ функции маркетинга предприятия позволит установить процедуру анализа, порядок оценки маркетингового потенциала по следующему алгоритму: описание проблемы развития предприятия; постановка маркетинговой задачи, входящей в программу решения проблемы; описание системной модели функции маркетинга (раскрытие внутрен-

ней, внешней среды, группы факторов влияния на маркетинговую деятельность); оценка ресурсного маркетингового потенциала, соответствующего поставленной инновационной задаче; оценка организационного маркетингового потенциала (включая «жесткие» и «мягкие» элементы); оценка способности достигать заданных результатов маркетинговой деятельности; установление интегральной оценки маркетингового потенциала фирмы, ее готовности решать поставленную задачу, формулирование общих выводов из анализа; определение основных направлений проекта подготовки предприятия для достижения необходимого маркетингового потенциала и дальнейшее составление задания на разработку инновационного маркетингового проекта.

О. Н. Родцевич

Республика Беларусь, Минск

КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ ПРОМЫШЛЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В современных условиях функционирования поддержка работы предприятий всех отраслей даже в кризисных ситуациях должна всесторонне осуществляться, в том числе, благодаря поиску и привлечению внутренних и внешних ресурсов. Поскольку основной целью всех видов предпринимательства является получение прибыли, а уровень прибыльности предприятия показывает эффективность его работы, то управление системой бизнес-процессов предприятия требует особого внимания со стороны управленцев всех уровней. Оценка работы предприятия по всем направлениям его деятельности поможет выявить возможные незадействованные резервы, а также оценить оптимальность выполнения рабочих процессов.

Достижение высоких результатов бизнес-процессов – это один из инструментов повышения конкурентоспособности организации за счет роста качества производственных, управленческих и других процессов, а также производимой продукции. Обобщение научной литературы в области процессного управления позволило сделать вывод о том, что в настоящее время универсальной методикой оценки результативности бизнес-про-

цессов не существует, однако возможно использование общих принципов оценки системы управления бизнесом.

Общую систему показателей оценки эффективности управления бизнес-процессами промышленного предприятия можно представить в виде рисунка 1.

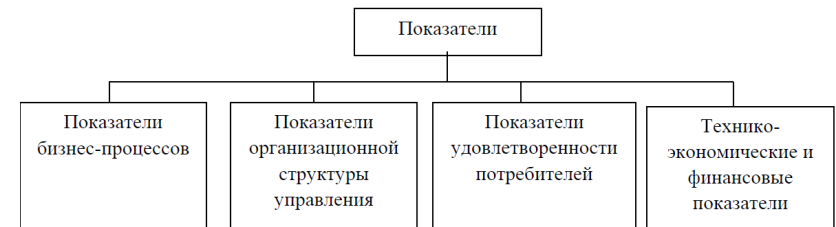


Рис. 1. Система показателей для оценки эффективности управления бизнес-процессами промышленного предприятия

Примечание. Источник [1, с. 168].

Оценка эффективности управления бизнес-процессами (БП) промышленного предприятия осуществляется на основе определенной системы количественных и качественных показателей. Система измерений, составляющая базу для оценки и анализа управления бизнес-процессами, должна быть определена и согласована до начала оценки, так как она применяется на двух этапах – на этапе анализа модели предприятия «как есть» и на этапе оценки эффективности после проведенных изменений.

Результативность отдельного бизнес-процесса (БП) можно определять по следующим формуле

$$P = \frac{m}{n} \times 100 \%,$$

где m – количество показателей (пунктов плана, работ), запланированных для данного процесса и достигнутых (выполненных) в данном периоде; n – количество показателей (пунктов плана, работ), запланированных для данного процесса в данном периоде.

При оценке результативности БП все запланированные показатели считаются одинаково значимыми. Если запланированная работа в процессе не выполняется в срок, данный показатель процесса считается недостижимым. Если показатель процесса превысил запланированный, то он считается достигнутым, т. е. $0 \leq P \leq 1$ или $0 \leq P \leq 100 \%$.

Система оценки должна отвечать следующим требованиям:

- прозрачность и логичность, т. е. персонал должен понимать влияние оцениваемых показателей на конечные результаты деятельности организации;
- четкое отражение поставленных целей, т. е. система оценки необходима не только для того, чтобы оценить поставленные задачи, но и понять, насколько они выполнены;
- устойчивость к изменениям, так как критерии оценки могут меняться не только в связи с внутренними изменениями, но и в зависимости от влияния внешней среды организации.

Построение системы оценки эффективности и результативности БП включает следующие этапы:

- четкая формулировка задач, стоящая перед организацией и его каждым подразделением;
- определение набора показателей, которые отобразят выполнение поставленных задач;
- определение процедур сбора данных и анализа информации, так как система оценки не должна быть слишком трудоемкой. Понятие эффективности БП является интегрированным, так как БП является эффективным в том случае, если он соответствует конечным целям организации и его владельцев [2, с. 114].

Показатели должны быть конкретными, всесторонними и измеримыми, чтобы ими имел возможность воспользоваться владелец БП для принятия управленческого решения. Все показатели оценки эффективности БП должны отражать:

- требования потребителей;
- меру достижения поставленной цели;
- собственные внутренние цели процесса;
- дополнительные затраты по управлению процессом.

Показатели эффективности БП можно разделить на три группы:

- эффективность осуществленных затрат (ЭЗ), т. е. отношение затрат к достигнутым результатам, связанные с измерением затрат ресурсов на производство конечных продуктов (услуг производства);
- эффективность достижения целей (ЭЦ), т. е. отношение фактических (достигнутых) результатов деятельности к планируемому или достигнутому в предшествующем периоде, которые

используются с целью оценки достижения интересов участников БП;

- эффективность формирования доходной части (ЭД), т. е. отношение целей к потребностям внешней микросреды организации.

В процессе исследования данного вопроса было выявлено, что в настоящее время известно несколько альтернатив по разработке системы измерений параметров деятельности предприятий, например: традиционная финансовая модель бухгалтерского учета; система сбалансированных показателей Р. Каплана и Д. Нортон, сбалансированная система показателей М. Г. Брауна и т. д.

Система сбалансированных показателей Р. Каплана и Д. Нортон дополняет систему традиционных финансовых параметров системой оценок по трем другим перспективам. Цели и показатели данной системы формируются в зависимости от особенностей каждого отдельного предприятия и рассматривают его деятельность по четырем направлениям: финансовому, взаимоотношениям с клиентами, внутренним бизнес-процессам, а также обучению и развитию персонала [3, с. 104].

При помощи соответствующих показателей сбалансированная система показателей сообщает всем задействованным на предприятии лицам и структурам, как именно стратегические цели предприятия связаны с его миссией и видением, и как их можно перевести в практику, поэтому показатели должны быть разработаны в сотрудничестве со всеми задействованными лицами таким образом, чтобы быть понятными всем сотрудникам предприятия.

Список использованных источников

1. Козерод, Л. А. Методика оценки экономической эффективности бизнес-процессов предприятия / Л. А. Козерод, В. С. Лосев // Вестник Новосибирского Государственного Университета. Серия: Социально-экономические науки. – 2012. – № 1(24). – С. 167–178.
2. Сосунова, Л. А. Оценка результативности и эффективности бизнес-процессов инновационного предприятия / Л. А. Сосунова, Е. А. Серпер // Экономика, управление и право. – 2011. – № 2. – С. 113–115.
3. Каплан, Р. С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Р. С. Каплан, Д. П. Нортон; пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. – 304 с.

Е. А. Рытикова
Украина, Донецк

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЛИКВИДАЦИИ УГОЛЬНЫХ ШАХТ В ДОНЕЦКОМ РЕГИОНЕ

В течение десятилетий Донецкая область сформировалась как регион сырьевой ориентации: добывающая отрасль – 41 %, металлургическая – 25,1 %, теплоэнергетика – 13,5 %. Общая плотность предприятий на 10 тыс. км² в несколько раз превышает средний показатель по Украине: по топливной промышленности – почти в 10 раз; по предприятиям электроэнергетики – в 29 раз; металлургии – в 6 раз; по машиностроению и металлообработке – в 2 раза; по стройматериалам – в 2 раза. Очевидно, что основными источниками экологических проблем в Донецкой области являются промышленные предприятия. Поскольку в отраслевой структуре области на угольную промышленность приходится 25–30 % общей выработки продукции, можно предположить, что и значительная часть загрязнений принадлежит именно предприятиям угольной промышленности.

Одной из проблем угольной отрасли Донецкой области является ликвидация неперспективных угольных предприятий. Закрытие шахт связано с решением не только сложных технических вопросов (ликвидация стволов и горных выработок, объектов поверхностного комплекса), но и социально-экономических и экологических задач, призванных обеспечить социальную защиту массово высвобождаемых работников, технологическую и экологическую безопасность на длительную перспективу. Отсутствие комплексного подхода к проблеме закрытия шахт, недостаточно продуманные и обоснованные технологические решения приводят к тому, что отдельные шахтерские регионы превращаются в зоны социально-экономического и экологического бедствия: резко падает уровень производства, растет безработица, происходит развал социальной структуры городов и шахтерских поселков, ухудшаются показатели экологической безопасности.

Существующими проектами ликвидации неперспективных шахт предусматривается решение трех генеральных комплексов проблем: физическое закрытие (ликвидация); социальная

защита освобождающихся работников; защита и восстановление окружающей среды.

Работы по физической ликвидации шахты предусматривают ликвидацию стволов и горных выработок; разборку зданий и сооружений поверхностного комплекса; демонтаж оборудования на поверхности; монтаж, демонтаж и наладку машин и механизмов в период ликвидации и другие.

При разборке зданий и сооружений поверхностного комплекса ликвидируемых шахт образуется большое количество строительных отходов, которые согласно утвержденным проектам ликвидации шахт должны складироваться на полигоне строительных отходов. В Донецкой области существует только один полигон для размещения строительных отходов, расположенный в г. Макеевка. Земельный участок, на котором располагается полигон, по сельскохозяйственной ценности относится к улучшенным пастбищам и расположен на горном отводе шахты «Холодная балка». Этот полигон создавался в 2001 г. с целью складирования строительных отходов, образовавшихся при разборке зданий и сооружений ликвидируемых шахт ГХК «Макеевуголь» и котельного шлака близлежащих котельных. Планируемый срок эксплуатации полигона составлял 5 лет. Данный полигон не имеет технических возможностей разместить все отходы, образующиеся от разборки поверхностных комплексов ликвидируемых шахт, что приводит к складированию отходов предприятиями на собственной территории.

В связи с этим в регионе возникает ряд экологических и природоохранных проблем, которые в настоящее время остаются нерешенными:

1) под размещение полигона строительных отходов занят земельный участок площадью 4,68 га, который можно было использовать для создания ландшафтного парка;

2) отходы строительного мусора, образовавшиеся в результате разрушения зданий и сооружений поверхностного комплекса до настоящего времени находятся на территории предприятий;

3) недостаточное и несвоевременное финансирование природоохранных мероприятий приводит к тому, что руководство шахт, которые ликвидируются, нарушают требования природоохранного законодательства в сфере обращения с отходами.

Для решения данных проблем предлагается предусмотреть переработку отходов (дробление). Для этого рекомендуется использовать установку для получения вторичного щебня из строительных отходов (например, С-10 CRUSHER). Принцип работы установки основан на разделении строительных отходов на мелкую фракцию и кусковые отходы с последующим их дроблением на дробилке и отделением металла на магнитном сепараторе.

Полученный вторичный щебень может в дальнейшем быть использован в следующих целях:

- обустройство щебеночных оснований под фундаменты зданий;
- обустройство оснований под асфальтобетонные покрытия дорог всех классов;
- в качестве крупного заполнителя в бетонах;
- при производстве бетонных и железобетонных изделий;
- при отсыпке временных дорог;
- в качестве подсыпки под все виды тротуарных дорожек;
- в качестве подсыпка под автостоянки и асфальтированные площадки.

Применение такой технологии утилизации строительных отходов позволит решить ряд социально-эколого-экономических проблем, так как в качестве сырья для получения вторичного щебня рекомендуется использование строительных отходов. Это позволит уменьшить вредное воздействие на почву при разработке карьеров по добыче гранитного щебня. Расчетная себестоимость 1 т дробления строительных отходов составляет 19–20 грн., цена реализации вторичного щебня – 45–50 грн. При разборке зданий и сооружений угледобывающих предприятий образуется от 3 до 15 тыс. т вторичного щебня. Прибыль на 1 т переработанных отходов составляет 16–20 грн. Одновременно, как социальной фактор, следует подчеркнуть возможность недопущения загрязнения и высвобождение территории.

К экологическим проблемам ликвидации неперспективных угольных шахт относятся загрязнение атмосферы, водной среды и почвы, которые обусловлены наличием терриконов закрывающихся шахт. Проектами ликвидации шахт предполагается тушение (при необходимости) и переформирование породных отвалов (горнотехнический этап работ), их рекультивация

и озеленение (биологический этап). Рекультивация выполняется как мера восстановительного характера и рассматривается как основное направление восстановления народнохозяйственной ценности нарушенных земель и улучшения условий окружающей среды.

В литературных источниках широко освещается использование отвальной породы в качестве минерального сырья при производстве строительного материала. Отвальные породы, особенно их твердые песчаниковые разновидности, используются как материал для покрытия дорог. Из них получают бут, щебень и песок, применяемые в качестве заполнителей для бетонов и растворов. Из горелых пород изготавливают стеновые блоки и кирпич (как сплошные, так и пустотелые), облицовочные плиты и панели для наружной облицовки зданий, различные детали, термоизоляционный и конструктивный пеносиликат, мозаичные плиты, ступени и подоконники, черепицу для кровли, плитку для полов и т. д. Отвальную породу терриконов используют в качестве нетрадиционных видов органо-минеральных удобрений (углеудобрений). Это обусловлено довольно высоким содержанием в углеотходах органического вещества (20–25 % и выше), наличием в них необходимых растениям микроэлементов (бор, цинк, никель, молибден, марганец, медь, кобальт) и серы.

Неудовлетворительное финансовое положение, связанное с выполнением природоохранных мероприятий, предусмотренных проектами ликвидации, сложилось практически на всех закрывающихся шахтах. Выполнение природоохранных мероприятий, предусмотренных проектами ликвидации шахт Донецкой области, обеспечено финансовыми ресурсами только на 6 %. Для решения данной проблемы рекомендуется еще в период эксплуатации шахты создавать резервные фонды, средства которых можно расходовать в дальнейшем на ликвидацию предприятия. Учитывая, что экологические мероприятия – это обязательная часть мер по закрытию любой шахты, для смягчения проблем их финансирования необходимо резервировать средства в течение всего периода эксплуатации месторождения путем включения их в цену добычи (по примеру ставки на амортизацию, рассчитываемой на тонну добытого угля).

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГОВОГО КОНСАЛТИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Белорусская социально ориентированная экономика в последние годы претерпевает серьезные изменения. Активная позиция органов власти по перепрофилированию предприятий и национальной экономики на инновационный путь развития – это залог системного характера преобразований. Очевидно, что на микро- и макроуровне постепенная адаптация к рыночным механизмам функционирования жизненно необходима. Способность производить определенный товар – это лишь один из этапов экономического цикла, но очевидно, что только реализация является определяющей в силу принципов расширенного воспроизводства. Для организаций Республики Беларусь важно производить продукцию, которая будет востребована на конкретном рынке. Экспортная направленность является приоритетной в силу ограниченного размера внутреннего рынка, а также для достижения стабильной ситуации на валютном рынке.

Производство товаров, оказание услуг и их потребление являются движущей силой современной экономики. В то же время, не существует универсальных подходов: для различных рынков и групп товаров приоритет могут иметь качество товара, его цена, ассортимент, репутация производителя и т. д. Нынешние экономические реалии подтверждают тот факт, что все большее значение в процессе изготовления и реализации товаров занимают маркетинг и его инструменты.

«Затоваренность» складов для белорусских производителей уже стала в определенной степени обыденностью. «Проблема складов» в экономике из года в год повторяется, но в разных масштабах. У одних предприятий склады постепенно разгружаются, а у вторых в свою очередь происходит обратный процесс [1].

Проблема превышения объема продукции на складах и снижением темпов реализации имеет долгосрочный характер. Однако основная сложность состоит в поиске решения данной проблемы. Так, с одной стороны, отечественным предприятиям нужны высококвалифицированные специалисты в об-

ласти маркетинга, которых не всегда хватает. Также следует отметить, что не у всех хозяйствующих субъектов имеется возможность держать огромный штат сотрудников. Необходимо учитывать и недостаточное развитие собственных решений предприятий в процессе управления запасами. В данной сфере характерно, прежде всего, использование моделей, связанных с зарубежным опытом (модели ABC, модель XYZ и т. д.). Этот негативный фактор также дополняется и проблематикой в сфере разработки и реализации стратегических конкурентных преимуществ. Очевидно, что выпускаемый товар должен быть востребован, таким образом, существует необходимость в формировании системы продвижения и доведения товара до конечного потребителя. Подобные негативные особенности выявляют то обстоятельство, что отечественные предприятия нуждаются в совершенствовании маркетинговой составляющей их функционирования. Прослеживается прямая взаимосвязь между недостатками, выявляемыми в процессе управления запасами, и маркетинговой стратегией предприятия. В связи с этим существует объективная необходимость обращаться в консалтинговые фирмы, где работают опытные профессионалы, что может позволить отечественным предприятиям постепенно перейти на инновационный путь развития.

Исследования рынка консалтинговых услуг проводились на основе следующих принципов:

- Основным источником данных рассматривались специализированные сайты, в которых имеются сведения по белорусскому бизнесу (включая консалтинговые фирмы), так как это наиболее удобный и доступный способ получения сведений об организации и предлагаемых ею видах услуг [2; 3]

- Анализ осуществлялся по данным консалтинговых фирм города Минск, то есть в качестве определяющего не рассматривался территориальный фактор, так как основная доля консалтинговых организаций располагается в столице. Региональное предложение консультационных услуг в сфере экономики и управления не является достаточно репрезентативным для проведения исследования.

Анализ позволил выявить тот факт, что около 55 % фирм Минска из рассмотренной выборки (70 организаций) предлагают услуги по маркетинговому консалтингу. В современной экономической ситуации консалтинговые услуги по маркетин-

гу являются самыми широко предлагаемыми в Минске. В то же время необходимо отметить стремление к диверсификации в отношении характера предоставляемых услуг. В целом предлагаемые маркетинговые услуги укрупнено можно разделить следующим образом:

- (ставшее уже традиционным) проведение комплексных маркетинговых исследований различного рода (отраслевых рынков, конкурентов, территорий и др.);
- разработка стратегии маркетинга, концепции маркетинга, программы продвижения;
- реструктуризация службы маркетинга (отдела продаж), корпоративное обучение, подбор персонала и иное, связанное с повышением эффективности работы сбытовиков;
- организация и построение интернет-маркетинга, создание и продвижение сайтов;
- (все более развивающиеся в последние годы) бренд-консалтинг, услуги по неймингу и формированию фирменного стиля.

Консалтинговые фирмы тесно сотрудничают с промышленными предприятиями как частной, так и государственной форм собственности, что подтверждается реализованными проектами, указанными на интернет-ресурсах соответствующих субъектов предпринимательской деятельности.

Проведя дополнительный анализ действующих на рынке консалтинговых фирм, предлагающих услуги в области маркетинга, а также причин низкого спроса на отдельные позиции продукции белорусских промышленных предприятий, нами были сделаны несколько заключений и предположений относительно распространения маркетингового подхода:

- качественный уровень предлагаемых услуг не всегда соответствует запросам предприятий-потребителей и экономики в целом (особенности производственного планирования в организациях не сочетаются с предлагаемыми маркетинговыми моделями);
- предприятия-потребители сами не имеют возможности реализовать потенциал, заложенный в идеях, предложениях консалтинговых фирм;
- определенные группы предприятий (даже находясь в затруднительном экономическом положении) недооценивают преимущества использования консалтинговых фирм и формирования маркетинговой стратегии на основе сотрудничества со сторонними организациями.

Маркетинговый консалтинг имеет определенный преимущества, потенциал которых может быть востребован субъектами хозяйствования. Одним из важнейших является формирование системы управления запасами и согласование ее с разработанной маркетинговой стратегией в организации. Кроме того, степень важности и необходимости маркетингового консалтинга для отечественных субъектов хозяйствования (особенно государственной формы собственности) значительно повысится, так как белорусская экономика все более переходит на функционирование в системе рыночных отношений.

Таким образом, можно сделать вывод, что у белорусских организаций имеется два очевидных выхода в решении проблемы с производством и продвижением своих товаров: создание системы управления запасами и маркетинговой стратегии, исходя исключительно из возможностей привлечения штатных сотрудников; либо использование услуг консалтинговых компаний, способных предложить как независимую оценку экономического потенциала организации, так и варианты наилучшей адаптации к изменяющейся ситуации на рынке.

Список использованных источников

1. Запасы складов: бюстгальтеров запасли на 4 месяца, самосвалов – на год // Новости tut.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.tut.by/economics/449474.html>. – Дата доступа: 04.08.2015.
2. Консалтинговые компании и услуги в Беларуси // Справочник предприятий Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.spr.by/all/konsaltingovie-kompanii-i-uslugi>. – Дата доступа: 04.08.2015.
3. Консалтинг – каталог Минска // Белорусский портал «Infox.by» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://list.infox.by/subsection-6>. – Дата доступа: 04.08.2015.

А. А. Сидорова
Украина, Донецк

ИННОВАЦИОННЫЙ БЛОК В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ И ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМАХ ВУЗА

Современное общество уникально тем, что его характеризует исключительно быстрое развитие информационных и

коммуникационных технологий, а их возможности становятся беспрецедентными для развития человека, для эффективного решения многих профессиональных, экономических, социальных и бытовых проблем. В образовательной среде, к примеру, появляются новые формы и методы для ее реализации и дальнейшего прогресса. К указанным реалиям относятся: инновационное образование, как единая система, информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), внеучебная деятельность. Благодаря данному инновационному блоку настоящий процесс высшего образования можно считать более современным, прогрессивным, усовершенствованным, творческим, дающим стимул для студенческой самореализации и профессионального роста педагогического коллектива. Нельзя недооценить всю важность инновационного процесса в образовании, так как теоретические и практические знания выпускника вуза должны быть направлены на дальнейшее воплощение в информационном пространстве.

Инновационное образование. Образовательное пространство состоит из 2-х типов педагогических процессов – инновационных и традиционных. Инновация – это теоретически обоснованное, целенаправленное и практико-ориентированное новшество, которое осуществляется на 3-х уровнях: макроуровне, мезоуровне и микроуровне [1, с. 24].

Инновационное образование ориентируется на студента и педагога, полагая их субъектами образовательного процесса. Их интересы – духовные, интеллектуальные, культурные – служат предпосылкой становления профессионального мышления, а потому выносятся в центр внимания такого образования. Антропоцентризм как свойство инновационного образования предполагает высокий уровень самостоятельности студента, его способности к самоуправлению, от преподавателя требуется высокий уровень педагогической компетентности, инициативности и технологической, функциональной грамотности. Инновационное образование выстраивает учебный процесс как движение от социальных и общекультурных знаний и умений своей профессии (от профессии к культуре) к технологическим, дающим ему понимание способов и методов решения профессиональных задач, а от них к методологическим, позволяющим отслеживать динамику изменения качества своей профессиональной деятельности [1, с. 38].

Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) в предметном обучении. В настоящий момент в высшем образовании применяют самые различные педагогические инновации. Это зависит, прежде всего, от традиций и статусности учреждения. Тем не менее, можно выделить следующую наиболее характерную инновационную технологию.

Внедрение информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в содержание образовательного процесса подразумевает интеграцию различных предметных областей с информатикой, что ведет к информатизации сознания студентов и пониманию ими процессов информатизации в современном обществе (в его профессиональном аспекте). Существенное значение имеет осознание складывающейся тенденции процесса информатизации высшей школы: от освоения студентами начальных сведений об информатике к использованию компьютерных программных средств при изучении предметов [2, с. 30].

Современный преподаватель должен обладать новыми компетенциями: знать инструменты и технологии, уметь ими (инструментами и технологиями) пользоваться, обладать навыками преподавания в «новой» среде. Открытые образовательные ресурсы сегодня представлены: Coursera.org, EdX.org, KhanAcademy.org, elibrary.ru, ecollege.ru. Преподаватель может использовать наиболее известные современные технологии и ресурсы: elearningpro.ru, dist-tutor.info, moodle.com, v-class.ru. Вместо мела и доски, указки у преподавателя появляются новые «сетевые» инструменты – социальные сети (ВКонтакте, Facebook, и т. д.), сервисы для проведения вебинаров, e-mail, форумы, чаты [2, с. 32].

Специальными умениями и навыками сетевой работы преподавателя становятся: коммуникативная компетентность, понимание специфики ведения занятий в формате вебинара, дистанционное обучение, речевое мастерство в сети, базовые навыки создания e-курсов, навыки постоянного и непрерывного обучения и развития собственных компетенций.

Внеучебная деятельность как инновационный компонент воспитательной системы вуза. Под воспитательной системой вуза понимают множество взаимосвязанных структурных и функциональных компонентов, подчиненных целям воспитания. Эта система включает определенное, необходимое и достаточное количество элементов (внеурочной воспитатель-

ной и образовательной направленности) и их взаимодействие, нацеленное на конечный результат – воспитание личности и индивидуальности студента. Элементы системы находятся в тесной связи, их практическая реализация имеет два плана: групповой и персональный. Переплетение того и другого создают богатейшее поле индивидуального развития личности как студента так и преподавателя [3, с. 22].

Воспитательная система воплощает в себе совокупную деятельность вуза, реализуемую в подсистемах: внеучебной работе, студенческой творческой деятельности, студенческом самоуправлении, спортивном комплексе, студенческой науке, гражданско-патриотическом клубе.

Внеучебная деятельность как инновационный блок воспитательной системы вуза – реальность, расширяющая сферу образования и воспитания в досуговой жизни студента, ориентированная на добровольное самоопределение, свободу реального выбора в видах, направлениях деятельности. По отношению к воспитательной системе вуза внеучебную деятельность рассматривают как подсистему, а так же определяют ее самостоятельной образовательной системой, которая по мере развития приобретает: специфику целевой установки, содержания, организации, функционирования; структурность, целостность, взаимосвязь субъектов, управляемость в сочетании с саморегулированием [3, с.28].

Таким образом, рассмотренный инновационный блок: инновационное образование, ИКТ, внеучебная деятельность, должен представлять собой только вспомогательное средство, инструмент, который используется для более интересного процесса обучения и более глубокого усвоения знаний, приближенного к практике. Применять подобные техники в высшем образовании сегодня необходимо, это позволит со временем, повысить эффективность и качество образования в стране и является необходимым условием на пути к «информационному обществу». Система образования, сформированная на основе инновационных методов и техник, отличается устойчивостью, стабильностью поступательного развития, способностью к саморазвитию и самосовершенствованию, к репродуцированию в новых социально-педагогических условиях. Данные инновационные составляющие способствуют интенсивному развитию личности студента и педагога, демократизации их совместной

деятельности и общения, гуманизации учебно-воспитательного процесса, ориентации на творческое преподавание и активное изучение. Как результат, от студента исходит инициатива в формировании себя как будущего квалифицированного специалиста, происходит модернизация средств, методов, технологий и материальной базы для обучения, способствующих формированию инновационного мышления будущего профессионала.

Список использованных источников

1. Савельев, А. Я. Инновационное образование и научные школы / А. Я. Савельев // Вестник высшей школы в России. – М., 2000. – № 3. – С. 20–38.
2. Воробьева, Е. Г. Применение информационно-коммуникационных технологий в преподавании экономических дисциплин в вузе: материалы X междунар. науч.-практ. конф. «Стратегические вопросы мировой науки» / Е. Г. Воробьева, Е. А. Плеханова. – М., 2014. – 112 с.
3. Нефедова, Н. А. Воспитательная деятельность и студенческое самоуправление ВУЗа / Н. А. Нефедова // Сб. науч. ст. «Вестник МНЭПУ». – М.: «Издательство МНЭПУ». – 2008. – С. 19–34.

В. И. Станкевич

Республика Беларусь, Бобруйск

ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ И РАЗВИТИЯ МЕХАНИЗМА ОРГАНИЗАЦИОННО- ЭКОНОМИЧЕСКОЙ АДАПТАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ К УСЛОВИЯМ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

На практике какие-либо изменения в одной сфере деятельности предприятия вызывают целую цепочку изменений во всех остальных сферах. Следовательно, адаптация должна осуществляться по предварительно разработанной программе.

Способы разработки программы адаптации, ее структура и содержание различаются для каждого конкретного предприятия. Однако общей чертой всех программ является то, что они отвечают на два основных вопроса: что изменить на предприятии и как это сделать.

Программа адаптации – документ, в котором обоснован комплекс взаимосвязанных во времени и пространстве упреждающих, исправляющих или улучшающих действий, подчиненных

долгосрочным целям, реализация которых приведет к значительным качественным изменениям на предприятии.

Цель программы адаптации – обеспечение проведения изменений и достижение поставленных задач в короткие сроки и с высокой эффективностью.

Задачи программы адаптации: оценка ситуации, в которой находится предприятие; выбор стратегической цели, пакета стратегий и системы управления предприятием; разработка планов действий и содержания мероприятий по реструктуризации предприятия [1].

При разработке программы организационной адаптации предприятия целесообразно выделить три фазы: диагностику, выработку рекомендаций и внедрение.

Исходной фазой в подготовке программы адаптации предприятия является диагностика, которая определяет ее направление и обуславливает правильность последующих действий. В результате диагностики предприятия должна быть определена фаза его развития, финансовая и экономическая ситуация, в которой оно находится. Необходимо определить основные угрозы предприятию и возможности их предупреждения. По результатам диагностики разрабатываются стратегии и формулируются цели адаптации. Эти действия составляют вторую фазу подготовки программы – выработку рекомендаций. Заключительным этапом является фаза внедрения, которая создает базу для реализации программы и достижения поставленных целей.

Разработка пакета стратегий и выбор наиболее подходящих из них – сердцевина механизма адаптации, так как в нем принимаются решения о том, как предприятие будет достигать свои цели и реализовывать корпоративную миссию.

Выбор эффективной стратегии, соответствующей внутренним параметрам предприятия и его положению на рынке, базируется на результатах SWOT-анализа и производится на основе матрицы принятия решений

На основе выбранной стратегии необходимо разработать систему управления предприятием (структуру, стиль и технику управления).

При разработке программы адаптации в фазе внедрения необходимо с особой четкостью и тщательностью сформулировать задание для тех подразделений, которым предстоит сыграть решающую роль при внедрении принятой программы. Также

программа должна сопровождаться бюджетами для всех конкретных функциональных подсистем, в которых необходимо предпринять определенные действия.

Кроме бюджетов необходимо разработать календарные графики для выполнения различных конкретных заданий и общий календарный план внедрения программы.

Еще одной группой проблем, требующих решения и обеспечивающих положительные результаты внедрения, является подбор такой организационной структуры, информационной системы и персонала, которые отвечали бы задачам, вытекающим из необходимости реализации программы. Это означает, что организационная структура должна быть приспособлена к выбранной стратегии, а информационная система должна обеспечить наличие существенной внешней и внутренней информации, ее надлежащее прохождение и обработку. Для различных функциональных подсистем предприятия следует наиболее верно определить потребность в кадрах, как в количественном, так и в качественных аспектах. Сравнение этой потребности с фактическим состоянием дел в кадровой сфере позволит сформулировать программы обучения, технической подготовки и переподготовки имеющихся сотрудников, а также способы привлечения новых специалистов.

Кроме описанных выше действий на этапе внедрения необходимо провести анализ предусматриваемых эффектов и анализ угроз внедрению программы. Анализ предусматриваемых эффектов позволит сопоставить затраты на осуществление программных действий и результаты (эффекты) от этих действий. В случае незначительных эффектов затраты не оправдаются и действия будут нецелесообразными. Анализ угроз внедрению программы необходим для сопоставления их с возможностями и сильными сторонами предприятия.

В фазе внедрения программы адаптации возможным и целесообразным является надзор консультантов, которые уже имеют опыт в проведении таких действий на других предприятиях и могут контролировать действия со стороны. Также необходимо сотрудничество с заинтересованными сторонами, и, прежде всего с банковскими учреждениями [2].

Используя приведенные рекомендации можно составить полное содержание программы, рекомендуемое как методика. В соответствии с этим программа может иметь следующие разделы:

Раздел 1. Диагностика предприятия.
Часть 1. Финансовый анализ.
Часть 2. Анализ внешнего окружения.
Часть 3. Анализ продукции предприятия.
Часть 4. Внутренний анализ.
Раздел 2. Рекомендации.
Часть 1. Цели и стратегии предприятия.
Часть 2. Система управления предприятием.
Раздел 3. Внедрение.
Часть 1. Планы действий при адаптации предприятия.
Часть 2. План предметной реструктуризации предприятия.
Часть 3. План организационной реструктуризации предприятия.
Часть 4. Дополнения к календарному плану реструктуризации.
Раздел 5. Финансовые проекции.
Таким образом, разработка программы в соответствии с предложенными подходами будет способствовать повышению эффективности проводимых на предприятии изменений [3].
В связи с этим можно говорить о том, что на данном этапе развития экономики одной из центральных задач является дальнейшее совершенствование принципов и организационно-методических аспектов функционирования систем управления на промышленных предприятиях, во многом определяющих характер и результаты проводимых реформ, особенно связанных с внедрением рыночных форм хозяйствования. Особую важность приобретают теоретические и прикладные исследования, направленные на разработку и совершенствование концептуальных подходов и механизмов реструктуризации, адекватных сложившимся в стране социально - экономическим, научно-технологическим и правовым условиям.

Список использованных источников

1. *Станкевич, В. И.* Реструктуризация как средство повышения инновационной активности предприятия / В. И. Станкевич // Проблемы социально-ориентированного инновационного развития белорусского общества и профсоюзы: материалы XII межвуз. науч.-практ. конф.; Гомель, 5 февр. 2008 г. / под общ. ред. С. И. Ляха. – Гомель: ГФ УО ФПБ «МИТСО», 2008. – Ч. 1. – 243 с.
2. *Станкевич, В. И.* Особенности оценки эффективности реструктуризации предприятий / В. И. Станкевич // Импортзамещение в инно-

вационной экономике: экономические и правовые аспекты: материалы III межвуз. науч.-практ. конф. преподавателей, аспирантов и студентов; Могилев, 24 апр. 2014 г. / редкол.: И. В. Божков [и др.]. – Могилев: МФ БИП, 2014.

3. *Станкевич, В. И.* Пути формирования организационно-экономического механизма адаптации предприятий к условиям внешней среды / В. И. Станкевич // Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы: сборник трудов VIII междунар. науч.-практ. конф., Пинск, 17 окт. 2014 г./ М-во образ. Респ. Беларусь [и др.]; редкол.: К. К. Шебеко [и др.]. – Пинск: ПолесГУ, 2014 – 194 с.

Т. А. Степанова, О. В. Сюзьева
Украина, Донецк

ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА

Предприятия малого бизнеса являются важной частью национальной экономики, поскольку именно они снижают социальную напряженность, обеспечивая занятость экономически активного населения, которое не задействовано на крупных и средних предприятиях. Вклад малых предприятий в ВВП развитых стран составляет достаточно весомую часть: США – 50 %, Япония – 70 %, Германия – 48 %. Вместе с тем, функционирование малых предприятий связано с более высоким уровнем риска, поскольку такие предприятия вынуждены существовать в условиях высокой конкуренции, неопределенности перспектив развития и состояния внешней среды.

Проблемы развития малого предпринимательства рассматривали многие ученые и практики: З. С. Варналий, В. М. Власова, П. Друккер, Н. Н. Ермашенко, Е. Красникова, Ю. М. Осипова, А. В. Шегда и др. Но следует отметить, что предприниматели зачастую не имеют финансовых ресурсов для развития, а также не располагают необходимым интеллектуальным потенциалом, что накладывает определенные ограничения на возможности развития малых предприятий. В этом плане возможности субъектов малого бизнеса могут существенно возрасти, если они будут использовать различные инновации. Однако инновации, требующие сравнительно высоких для малых предприятий капитальных вложений, им вряд ли доступны, так как собственные ресурсы ограничены, а заемные средства представляются

на платной возвратной основе на конкретный срок. Поэтому наиболее перспективными для малого бизнеса являются инновации, требующие минимальных или экономически обоснованных приемлемых для предприятия затрат, ориентированные на конкретный потребительский спрос и срок внедрения, а также достаточно хорошо зарекомендовавшие себя в хозяйственной практике. Такие инновационные модели развития могут предоставляться предприятию в рамках франчайзинга.

Франчайзинг – это коммерческая инновация, способствующая быстрому эффективному продвижению новых предпринимательских идей. Сущность франчайзинга состоит в предоставлении одним субъектом предпринимательской деятельности (франчайзером) права на осуществление определенной деятельности с использованием его торговой марки, технологий, ноу-хау и других объектов интеллектуальной собственности другому субъекту предпринимательства (франчайзи) на протяжении установленного срока на ограниченной территории и на определенных условиях (франшизы) [1]. Для активного использования франчайзинга в хозяйственной деятельности малому предприятию необходимо ясно представлять механизм его действия, реалистически оценивать мотивы и интересы сторон, конечную эффективность, которая формируется под воздействием изменений внешних и собственных возможностей субъектов хозяйствования, участвующих во франчайзинговой сделке. Проведение предварительной оценки альтернативных вариантов франчайзингового сотрудничества, их эффективности, возможных последствий реализации и развития франчайзинговых схем позволяет обосновать выбор наиболее приемлемого варианта, учесть воздействие рисков, имеющих в стартовых условиях внешней среды, а также возникающих по мере осуществления франчайзингового проекта.

В системе построения франчайзинговых отношений каждая из сторон этого процесса берет на себя определенные обязательства. Так, франчайзер определяет место осуществления франчайзинга, осуществляет подготовку персонала предприятия – получателя франшизы, а также привязку типового проекта франчайзинга к особенностям конкретного субъекта хозяйствования и разработку соответствующего плана маркетинговых мероприятий. Франчайзи осуществляет внедрение новых технологий, установку оборудования, управление материальными

ресурсами, выполнение плана маркетинговых мероприятий, контролирует хозяйственную деятельность своего предприятия в соответствии с требованиями франчайзера.

Благодаря такому сотрудничеству франчайзер развивает, укрепляет и совершенствует свои компетенции в выбранном направлении деятельности (сфере влияния), а франчайзи принимает управленческие решения прогрессивного характера по осуществлению деятельности, исходя из четких целевых ориентиров и временных параметров с конкретными результатами по этапам процесса продвижения инновации с помощью франчайзинга. Весь процесс дает положительные результаты обеим сторонам: франчайзер продвигает свои инновационные идеи (производственные технологии, оборудование, продукцию, услуги и др.), а франчайзи получает ранее недоступные ему инновации, активно их применяет, а также при желании их совершенствует и развивает [2].

При подготовке к принятию управленческих решений, направленных на разработку, приобретение и использование инноваций в рамках франчайзинга, которые могут существенно повлиять на деятельность малого предприятия, как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе, важно отслеживать получение запланированных результатов на всех стадиях и фазах осуществления франчайзинга. Особенности принятия решений по конкретной инновации зависят от степени достижимости прогнозируемых результатов на всех стадиях осуществления процесса. В этом плане субъект хозяйствования должен определиться с масштабами принимаемого решения исходя из миссии предприятия, имеющихся возможностей и конкретной поставленной цели инновационного характера. Высокое качество и обоснованность управленческого решения базируются на изучении возможных альтернатив развития исходя из различных вариантов принимаемых решений.

Повышение вероятности достижения запланированного результата на каждой стадии и конкретной фазе процесса франчайзинга обеспечивается путем отслеживания степени соответствия полученного результата желаемому, а при отклонении в негативную сторону – своевременного принятия решения, корректирующего процесс в соответствии с целевой установкой.

Для обеспечения оперативности корректировок при проектировании франчайзинговой сделки необходимо четко указать

конкретные результаты на всех стадиях, ресурсы и их источники для выполнения поставленных заданий, временные рамки процесса, конкретных исполнителей, а также ответственных за отклонения от установленных параметров. При отсутствии такой информации предприятие может столкнуться с угрозой недостижения запланированных результатов, а в дальнейшем – с проблемой невозможности выполнить свои обязательства перед заказчиками или потребителями, а также – перед франчайзером.

Таким образом, можно отметить, что в современных условиях хозяйствования предприятия малого бизнеса являются важной частью национальной экономики, однако постоянно сталкиваются с угрозами внешней среды, которые негативно влияют на показатели деятельности таких предприятий. Для усиления своих возможностей и повышения вероятности достижения положительных результатов функционирования малым предприятиям целесообразно развивать свою деятельность на основе франчайзинга. Принятие заимствованной инновационной модели развития на платной основе позволит существенно активизировать деятельность малых предприятий, в особенности в инновационном плане. Вариативная часть модели развития, связанная со спецификой функционирования франчайзи, его рынками сбыта, периодичностью и размером платежей и другими аспектами конкретной деятельности по продвижению инновации, предоставляет субъектам хозяйствования необходимую в рыночных условиях гибкость, позволяющую им адаптироваться к любым изменениям состояния внешней среды.

Осуществление франчайзинга позволит внедрять различные инновации большему количеству малых предприятий, при возможности совершенствовать эти инновации, а также обеспечить уверенность в улучшении показателей своей деятельности за счет достижения положительных результатов внедрения новых технологических процессов, производства продукции, предоставления услуг и продвижения других новаций.

Список использованных источников

1. *Спинелли-мл., С.* Франчайзинг – путь к богатству / С. Спинелли-мл., Р. М. Розенберг, С. Берли. – СПб., 2007. – 382 с.
2. *Степанова, Т. А.* Современное состояние и перспективы развития франчайзинга в сфере малого предпринимательства / Т. А. Степа-

нова, А. С. Квилинский // Теорія та практика ринкових перетворень: економічний та соціальний контекст: зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф., 20–22 березня 2008 р. Том II. – Вінниця: ВІЕ ТНЕУ, 2008. – С. 92–97.

Г. В. Столяров

Российская Федерация, Новозыбков

ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА В АПК РОССИИ

В рыночных условиях необходимы поиск и применение действенных экономических рычагов, которые побуждали бы предприятия снижать себестоимость, внедрять инновационные технологии, увеличивать производство высококачественной и конкурентоспособной продукции, пользующейся спросом на внутреннем и внешнем рынках.

Инновационная деятельность предприятий агропромышленного комплекса (АПК) России предусматривает повышение технико-технологического уровня производства, включая проведение маркетинговых исследований рынков сбыта, поиск новаторских идей и партнеров, материальное стимулирование творчества персонала и т. д. Другими словами, инновационное развитие предприятий АПК невозможно без вложения средств в модернизацию, обновление производства, повышение качества товара.

Инновационный процесс в АПК связан с производством разнообразных видов сельскохозяйственной продукции и продуктов ее переработки. При этом производственные технологии значительно зависят от природных условий. Для аграрной сферы характерны высокая степень территориальной разобщенности производства и существенные различия его условий по отдельным регионам. Более того, сельскохозяйственные предприятия обособлены от организаций, производящих научно-техническую продукцию. Последняя представляет собой различного рода знания, монополизированные их владельцами через авторские и патентные права (к такой продукции, например, относятся конструкторско-технологическая документация, программные продукты, а также знания, опыт и консультирование в области маркетинга, проектного управления и других научно-технических услуг).

Аграрная отрасль по сравнению с промышленностью в большей степени отстает в освоении инноваций, что связано с отсутствием четкого и научно обоснованного организационно-экономического механизма передачи достижений науки сельскохозяйственным товаропроизводителям. Ежегодно значительное количество законченных научно-исследовательских разработок не востребовано сельскохозяйственным производством. Слабое звено в формировании инновационного рынка АПК – изучение потребительского спроса на инновации. Не всегда при отборе инновационных проектов проводится их экономическая экспертиза. Более того, не отрабатываются схемы продвижения полученных результатов в производстве.

Инновационно ориентированные предприятия должны иметь определенные гарантии, которые необходимо устанавливать только тем организациям, где стоимость инновационного продукта опережает стоимость издержек и инвестиций.

Результативное освоение инноваций требует обучения и повышения квалификации специалистов и исполнителей, их материальной заинтересованности, совершенствования системы оплаты и стимулирования труда.

Государственная поддержка инновационной деятельности должна предусматривать комплекс мер в области денежно-кредитной, бюджетно-финансовой, налоговой, таможенной и образовательной политики.

Следует отметить, что поддержка научной, научно-технической и инновационной деятельности, ее стимулирование является одним из важнейших направлений государственной политики развитых стран. При этом государство заинтересовано в освоении инноваций и их внедрении в производство, достижениях научно-технического прогресса, о чем свидетельствует законодательно закреплённая экономическая и политическая поддержка нововведений со стороны правительства.

Различают следующие типы инновационных стратегий: наступательную, оборонительную и имитационную. Первой придерживаются малые инновационные предприятия, т. е. фирмы, функционирующие на принципах предпринимательской конкуренции. Вторая стратегия нацелена на удержание конкурентных позиций фирмы в рамках уже завоеванных рынков (в инновационном процессе важно учитывать соотношение «затраты – результат»), что требует интенсивных научно-исследо-

вательских и опытно-конструкторских работ. Третья стратегия характерна для организаций, использующих передовые технологии и занимающих прочные рыночные позиции.

Для российских сельскохозяйственных предприятий основными направлениями инновационной деятельности являются: создание высокоэффективных сортов и гербицидов сельскохозяйственных культур, новых высокопродуктивных пород животных, почвозащитных систем земледелия и рационального размещения производства и т. п. В перерабатывающей промышленности целесообразно совершенствовать процесс переработки и сушки молочного сырья, разрабатывать рецептуры получения новых видов молочных продуктов повышенной пищевой и биологической ценности, создавать интегрированную систему прогнозирования и оценки качества мясных продуктов и т. д.

В то же время многие сельскохозяйственные товаропроизводители не в состоянии в полной мере заниматься освоением новых технологий. Это связано с такими причинами, как износ и старение основных фондов, недостаток собственных оборотных средств и источников их покрытия, низкий платежеспособный спрос на научно-техническую продукцию, длительные сроки окупаемости инновационных проектов, высокая стоимость нововведения, недостаток квалифицированного персонала, невосприимчивость персонала к нововведениям, неразвитость информационной инфраструктуры и т. п.

Инновационное развитие экономики требует инвестиций, фондов и капиталов. Для инновационного развития необходима соответствующая инфраструктура, обеспечивающая информационное, экспертное, консалтинговое, маркетинговое, финансовое, кадровое и другое обслуживание инновационной деятельности в целях коммерциализации научных исследований и разработок.

Кроме научных и образовательных учреждений важную роль в инновационной политике АПК России, содействию распространению инноваций в аграрной сфере должна играть информационно-консультативная служба, оказывающая помощь предприятиям в выявлении и формулировании проблем, привлечении инвесторов к рентабельным отраслям, выборе вариантов высокоэффективного производства и т. д. При этом необходимо обеспечить обратную связь органов управления АПК

и научно-исследовательских учреждений с товаропроизводителями.

Инновационный процесс – процесс превращения идеи в товар, т. е. преобразования научных знаний в новую продукцию, пользующуюся спросом.

Полный научно-производственный цикл состоит из относительно самостоятельных этапов и стадий. Первоначальная стадия – наука, включающая:

- фундаментальные исследования (описание, объяснение и предсказание процессов и явлений);
- прикладные исследования (поиск путей практического применения от-крытых ранее процессов и явлений);
- проектно-конструкторские работы (завершающая стадия научных исследований, предусматривающая дополнительное исследование нескольких альтернатив будущего нововведения для выбора окончательного результата; здесь разрабатывается конструкторская документация и создается опытный образец, который проходит испытания).

Фундаментальные исследования делятся на теоретические (научные открытия, современные понятия и представления) и поисковые (новые принципы создания идеи и технологии).

Стадия производства предусматривает его освоение (информационная, техническая и организационная подготовка к выпуску продукции) и собственное производство.

Стадия потребления состоит из таких этапов, как реализация нового товара, его эксплуатация потребителем (включая послепродажное обслуживание товара) и диффузия новшества (скорость и широта его распространения).

Система реализации инноваций осуществляется поэтапно. В период формирования научно-технической идеи предпочтение принадлежит подразделениям крупных фирм или государственных научно-исследовательских институтов, располагающих соответствующим научным потенциалом. Такие организации имеют значительные возможности в использовании инноваций. Вместе с тем крупные корпорации разрабатывают одновременно несколько десятков и даже сотен проектов, тем самым распыляя материальные и кадровые ресурсы.

На этапе освоения (отбор, оценка и опытное освоение научно-технических разработок) наиболее эффективны малые структуры. Мелкие и средние фирмы через постоянные кон-

такты со своими клиентами способны быстро адаптироваться к рынкам (эффективно реагировать на постоянные изменения спроса). При этом основу успеха составляет узкая специализация научных поисков (разработка небольшого круга технических идей). Более того, такие организации обладают гибкостью в управлении (руководитель постоянно контролирует производство и быстро реагирует на необходимость его изменений), а также гибкостью внутренних коммуникаций, способностью апробировать инновации, осваивать их в массовом производстве.

На эффективность инновационного процесса, в первую очередь, влияет уровень обеспеченности материально-техническими ресурсами и производственный потенциал предприятия. Основным звеном в развитии инновационного процесса являются научно-исследовательские институты и селекционные центры, от эффективности работы которых во многом зависит рентабельность отраслей растениеводства и животноводства. Эти организации занимаются созданием и внедрением в производство новых сортов сельскохозяйственных культур и пород животных в соответствии с требованиями рынка.

Экономическое стимулирование внедрения инноваций (обеспечение реальных экономических интересов на всех уровнях – от разработки до внедрения в производство) должно быть направлено на технико-технологическое обновление производства, повышение его экономической и социальной эффективности. Важно, чтобы стимулирование охватывало все этапы инновационного процесса – от зарождения идеи и проведения фундаментальных и прикладных исследований до освоения его результатов на практике с получением определенного эффекта. В экономическом стимулировании внедрения инноваций через прямое выделение средств на развитие науки и техники, совершенствование информационно-консультационной службы существенная роль принадлежит государству и региональным органам.

Переход АПК России на инновационный путь развития должен осуществляться на основе использования достижений отечественной и мировой селекции. При этом от селекционно-генетического потенциала зависят уровень продуктивности растений, эффективное использование земельных ресурсов, освоение ресурсосберегающих технологий.

Приоритетами в инновационной сфере АПК являются:

- энерго- и ресурсосберегающие технологии производства, хранения и переработки сельскохозяйственной продукции;
- инновации, способствующие заполнению внутреннего рынка дешевыми и качественными продуктами питания;
- нововведения, повышающие надежность, ремонтпригодность сельскохозяйственных машин и механизмов, увеличивающие срок их службы и производительность;
- нововведения, позволяющие улучшить экологическую обстановку.

Таким образом, в современных условиях выживают и успешно работают те предприятия, которые соизмеряют свои доходы с величиной вложенного капитала, применяют инновационные технологии с целью получения максимальной прибыли. Для создания и внедрения нововведений необходимы разработки отечественных и зарубежных ученых, опыт передовых фирм. При этом важную роль играют коммерческие структуры. Сократить сроки между научными разработками целесообразно путем создания объединений, включающих в себя науку и производство.

Список использованных источников

1. Катков, Д. Н. Формы и методы управления инновационными процессами за рубежом / Д. Н. Катков // Развитие инновационной деятельности в АПК: по материалам Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 10–12 нояб. 2002 г. / Мин-во сел. хоз-ва Рос. Федерации, Мин-во пром-ти, науки и технологий Рос. Федерации, Всерос. науч.-исслед. ин-т экономики сел. хоз-ва, Россельхозакадемия. – М.: ФГНУ «Росинформагротех», 2003. – С. 75–77.

2. Савенко, В. Г. Формирование системы освоения инновационных технологий / В. Г. Савенко, Л. В. Ларичкина // Развитие инновационной деятельности в АПК: по материалам Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 10–12 нояб. 2002 г. / Мин-во сел. хоз-ва Рос. Федерации, Мин-во пром-ти, науки и технологий Рос. Федерации, Всерос. науч.-исслед. ин-т экономики сел. хоз-ва, Россельхозакадемия. – М.: ФГНУ «Росинформагротех», 2003. – С. 100–102.

3. Тиранов, А. Б. Инновационные процессы при формировании вертикально кооперированных и интегрированных объединений в АПК / А. Б. Тиранов // Развитие инновационной деятельности в АПК: по материалам Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 10–12 нояб. 2002 г. / Мин-во сел. хоз-ва Рос. Федерации, Мин-во пром-ти, науки и технологий Рос. Федерации, Всерос. науч.-исслед. ин-т экономики сел. хоз-ва, Россельхозакадемия. – М.: ФГНУ «Росинформагротех», 2003. – С. 71–72.

РАЗРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ПРОДАЖ КОМПЬЮТЕРНОЙ ФИРМЫ

Современная рыночная система требует новых инновационных подходов не только к процессу создания продукта и самому продукту, но и способам доведения товара или услуги до конечного потребителя.

На сегодняшний день наиболее распространенными для моделирования информационных систем являются реляционные модели [1]. На рисунке 1 представлена реляционная модель информационной системы учета продаж компьютерной фирмы.

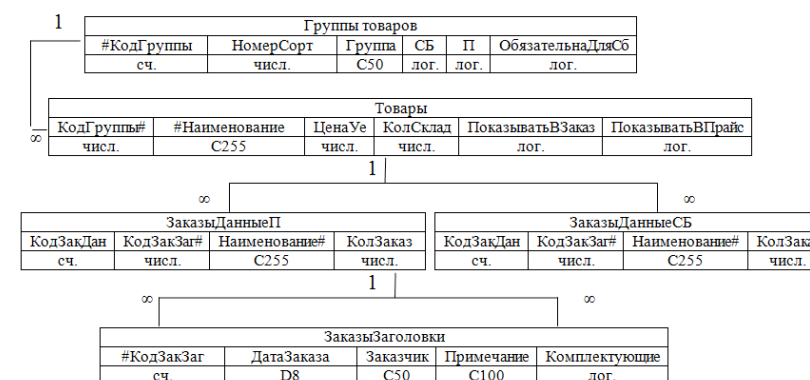


Рис. 1. Реляционная модель данных

Структурная часть модели определяет, что единственной структурой данных является нормализованное n-арное отношение. Отношения удобно представлять в форме таблиц, где каждая строка есть кортеж, а каждый столбец – атрибут, определенный на некотором домене. Данный неформальный подход к понятию отношения дает более привычную для разработчиков и пользователей форму представления, где реляционная база данных представляет собой конечный набор таблиц [2].

Манипуляционная часть модели определяет два фундаментальных механизма манипулирования данными – реляционная алгебра и реляционное исчисление. Основной функцией манипуляционной части реляционной модели является

обеспечение меры реляционности любого конкретного языка реляционных баз данных (БД): язык называется реляционным, если он обладает не меньшей выразительностью и мощностью, чем реляционная алгебра или реляционное исчисление.

Целостная часть модели определяет требования целостности сущностей и целостности ссылок.

Функциональные зависимости представлены на рис. 2. Данная схема не является нормализованной, так как некоторые неключевые поля функционально зависят от других полей. В ходе нормализации добавляются дополнительные (вторичные) ключи, которые обеспечивают целостность данных и позволяют избежать аномалий, возникающих при работе с 1 и 2 нормальными формами.

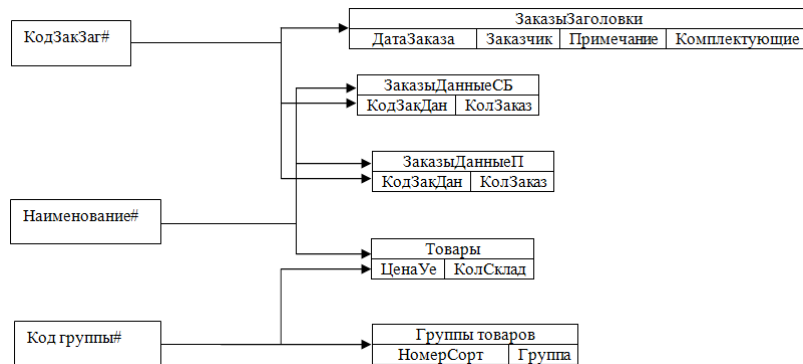


Рис. 2. Функциональные зависимости

Информационная система (ИС) учета продаж предлагается в виде системы управления базами данных (СУБД), которая реализована в виде 8 таблиц. Следует отметить, что когда БД включает несколько таблиц, упрощается ввод данных в таблицы, снижается вероятность ошибок, а работа в такой системе становится более эффективной.

Разрабатываемая информационная система должна обеспечивать пользователей удобным интерфейсом, давать возможности формировать отчеты, осуществлять запросы и другие действия.

Схема информационной системы «Магазин «Принт-Сервис» в разрезе распределения прав доступа представлена на рис. 3.

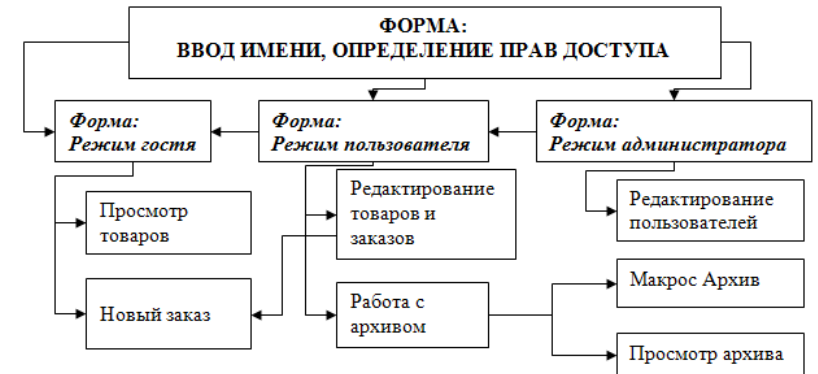


Рис. 3. Схема функционирования ИС «Магазин «Принт-Сервис»

Для работы в предложенной информационно-аналитической системе учета товаров необходимо разработать ряд запросов и отчетов, которые позволят автоматизировать и упростить работу различных групп пользователей.

Так все запросы, реализованные на языке реляционной алгебры, представлены на рис. 4.

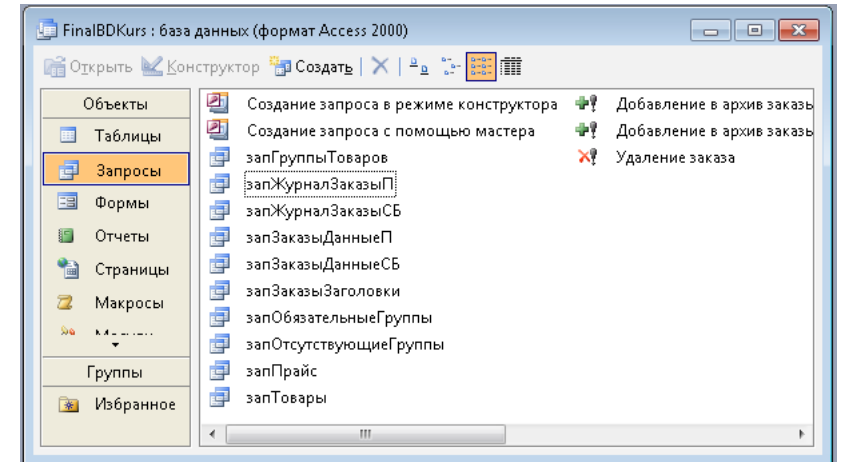


Рис. 4. Запросы, реализованные в ИС «Учет продаж компьютерной фирмы»

Однако наличие информационной системы не может решить главную проблему любой торговой организации, а именно формирование такой модели продаж, которая ориентирована на

потребителя. Поэтому, необходимо подходить к учету продаж комплексно.

Рынок информационных технологий, включая сегмент компьютерной техники, существенно пострадал от кризиса, столкнувшись с множеством проблем с закупкой и импортом комплектующих в страны бывшего СССР. Многим мелким компаниям пришлось покинуть рынок. Но именно нестабильная ситуация на внешних рынках подтолкнула компании к поиску альтернативных технологических решений. Процесс реструктуризации и переоценки приоритетов, выявление сильных и слабых сторон стали главными целями предприятий, которые пытаются адаптироваться к современным условиям хозяйствования.

Список использованных источников

1. *Боровиков, В. В.* «Microsoft Access 2002. Разработка баз данных и приложений» / В. В. Бобриков. – К.: Изд. группа СОЛОН-Р, 2002. – 560 с.

2. Информационные технологии в торговле 2008 [Электронный ресурс]. – CNews/Аналитика. – Режим доступа: <http://www.cnews.ru/reviews/free/trade2008/#7>.

Н. А. Теплякова

Республика Беларусь, Бобруйск

СНИЖЕНИЕ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКЦИИ – ГЛАВНЫЙ ФАКТОР ЕЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Президентом Республики Беларусь поставлены перед Правительством республики две основные задачи: увеличение экспорта выпускаемой продукции и снижение ее себестоимости, как основного фактора повышения конкурентоспособности продукции на мировых рынках.

Себестоимость продукции является важным экономическим показателем, характеризующим эффективность использования материальных, трудовых и денежных ресурсов и определяющим размер прибыли и уровень рентабельности предприятия.

Основными показателями себестоимости продукции являются: себестоимость единицы продукции (работ, услуг); себестоимость товарной, реализованной продукции; себестоимость срав-

нимой товарной продукции (сравниваемой продукцией считают ту, которая производилась в базисном периоде); затраты на один руб. товарной продукции (определяются делением полной себестоимости товарной продукции на ее объем в стоимостном выражении).

Для выявления возможных резервов снижения себестоимости выпускаемой продукции необходимо проводить анализ затрат на ее изготовление и реализацию.

Целью анализа затрат на производство и себестоимость отдельных видов и всей совокупности продукции является оценка их фактической величины за отчетный период по сравнению с их плановыми показателями и в динамике, выявление резервов экономии затрат и уменьшения себестоимости в расчете на единицу продукции и определение конкретных мер по использованию этих резервов в текущей деятельности и перспективе.

В процессе проведения анализа затрат на производство и себестоимость выпускаемой продукции предприятию необходимо:

- изучить величину совокупных затрат за отчетный период, их изменение по сравнению с плановыми показателями в динамике и с учетом темпов изменения объема продаж продукции;
- оценить структуру затрат, удельный вес каждой статьи в общей сумме затрат, темпы изменения величины затрат по статьям по сравнению с плановыми показателями;
- сравнить фактическую производственную и полную себестоимость продукции с плановыми показателями в динамике, рассчитать влияние основных факторов на отклонение этих показателей;
- исследовать постоянные и переменные затраты.

К переменным затратам относятся прямые материальные затраты и прямые трудовые затраты. К прямым материальным затратам относятся следующие статьи: сырье и материалы (за вычетом возвратных отходов); покупные комплектующие изделия, полуфабрикаты; топливо и энергия на технологические цели. Наибольший удельный вес в составе материальных затрат приходится на сырье и материалы, поэтому изменение данной статьи будет оказывать наибольшее влияние на изменение себестоимости.

Изучение состава и структуры затрат позволяет определить, из чего складываются затраты, дать оценку рациональности данной структуры затрат, а также сделать выводы о необходи-

мости и возможности ее изменения с целью изыскания путей и источников снижения затрат для увеличения прибыли.

Основную часть прибыли предприятие получает от реализации продукции и услуг и поэтому, наибольшее влияние на изменение общей суммы прибыли оказывает прибыль от реализации. Себестоимость продукции и прибыль находятся в обратной пропорциональной зависимости: снижение себестоимости приводит к соответствующему росту суммы прибыли, и наоборот.

Проведем анализ себестоимости продукции на примере (табл. 1):

Таблица 1

Состав и структура затрат на производство продукции (выполнение работ, оказание услуг) предприятия за 2013–2014 гг.

Элементы затрат	На 01.01.2014 г.		На 01.01.2015 г.		Отклонение (+, -) 2014 к 2013	
	Сумма, млн р.	Уд.вес, %	Сумма, млн р.	Уд.вес, %	Сумма, млн р.	Уд.вес, %
Материальные затраты	53 160	79,4	59 553	77,9	6393	- 1,5
Сырье и материалы	43 565	65,1	46 788	61,2	3223	- 3,9
Топливо	5929	8,9	6471	8,5	542	- 0,4
Электрическая энергия	1280	1,9	1428	1,9	148	–
Расходы на оплату труда	8072	12,1	10 765	14,1	2693	2,0
Отчисления на социальные нужды	2340	3,5	3122	4,1	782	0,6
Амортизация основ. средств и нематериальных активов	2800	4,2	2630	3,4	170	- 0,8
Прочие затраты	569	0,8	397	0,5	172	- 0,3
Итого затрат на производство продукции	66 941	100	76 467	100	9526	–

Из данных таблицы 1 видно, что материальные затраты на производство продукции на 01.01.2015 г. по сравнению с 01.01.2014 г. увеличились по абсолютной величине на 6393 млн руб., а их удельный вес в общей сумме затрат снизился на 1,5 %. В составе материальных затрат наибольший удельный вес занимают сырье и материалы (на 01.01.2014 г. – 65,1 %, на 01.01.2015 г. – 61,2 %). Расходы на оплату труда на 01.01.2015 г. по сравнению с 01.01.2014 г. увеличились на 2693 млн руб., их удельный вес в общей сумме затрат увеличился на 2 %. Амортизация основных средств и нематериальных активов в абсолютной сумме на 01.01.2015 г. по сравнению с 01.01.2014 г. уменьшилась на 170 млн руб., или на 0,8 % по удельному весу в общей сумме затрат. Прочие затраты в общей сумме затрат занимают незначительную долю: на 01.01.2014 г. – 0,8%, на 01.01.2015 г. – 0,5 %.

Для более глубокого анализа затрат проанализируем динамику затрат на рубль продукции (табл. 2).

Таблица 2

Затраты на рубль продукции (работ, услуг) предприятия за 2013–2014 гг.

Показатели	Годы		Отклонение (+, -), 2014 к 2013
	2013 г.	2014 г.	
Объем производственной продукции (выполненных работ, оказанных услуг), млн р.	67 316	78 879	11 563
Затраты на производство продукции (выполнение работ, оказание услуг), млн р.	66 941	76 467	9526
Затраты на 1 р. продукции (работ, услуг) всего, р.	0,99	0,97	- 0,02
В том числе:			
Материальные затраты	0,79	0,75	- 0,04
Расходы на оплату труда	0,12	0,14	0,02
Отчисления на социальные нужды	0,03	0,04	0,01
Амортизация основных средств и нематериальных активов	0,04	0,03	- 0,01
Прочие затраты	0,01	0,01	–

Из данных таблицы 2 видно, что затраты на 1 рубль продукции в 2014 г. по сравнению с 2013 г. уменьшились на 0,02 руб. Уменьшение затрат на 1 рубль продукции произошло, в основном, за счет снижения материальных затрат на 0,04 руб. и амортизационных отчислений на 0,01 руб. Расходы на оплату труда на 1 рубль продукции увеличились в 2014 г. по сравнению с 2013 г. на 0,02 руб. и отчисления на социальные нужды – на 0,01 р. Уменьшение затрат на 1 рубль продукции свидетельствует об эффективной финансовой политике, проводимой предприятием.

В настоящее время мировые финансовые и товарные рынки находятся в неустойчивом положении, резко снижается их покупательная способность, девальвируются национальные валюты экономик ведущих стран, в связи с чем вопрос снижения себестоимости продукции является одним из основных факторов повышения ее конкурентоспособности на рынках сбыта.

Е. Г. Тёсова

Республика Беларусь, Бобруйск

АКТУАЛЬНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИНЦИПОВ КОММУНИКАЦИОННОЙ КОНЦЕПЦИИ МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА БЕЛОРУССКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ К ИНФОРМАЦИОННОМУ ОБЩЕСТВУ

Анализ современного социально-экономического развития Республики Беларусь показывает, что в ней на государственном уровне осознаны предпосылки и реальные пути формирования информационного общества, что влияет на непрерывное развитие комплекса маркетинга, который поддерживает конкурентоспособность белорусских организаций и их маркетинговую активность.

Анализ концепций маркетинга с позиции роли в них маркетинговых коммуникаций позволяет сделать вывод, что в информационном обществе белорусским организациям необходим новый подход к вопросу управления маркетинговыми коммуникациями, так как в условиях перехода к информационному обществу важнейшим методом конкурентной борьбы становится комплекс маркетинговых коммуникаций. Данный подход яв-

ляется основой новой концепции маркетинга – коммуникационной.

В экономической теории и практике внимание коммуникационной концепции и процессам управления маркетинговыми коммуникациями в условиях информационного общества в странах с высокоразвитой рыночной экономикой уделяется с конца 90-х гг. XX в. В этот период получила развитие концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций, которая ориентировала производителей товаров и услуг на интеграцию современных коммуникационных инструментов маркетинга с целью достижения синергетического эффекта.

В процессе адаптации деятельности современных белорусских организаций в условиях перехода к информационному обществу важная роль отводится разработке и внедрению новых принципов управления маркетинговыми коммуникациями.

Актуальность данных процессов обусловлена тем, что организация может производить высококачественный продукт, но если маркетинговая коммуникация не доводится до потребителя или воспринимается им неправильно, то данный продукт в условиях жесткой информационной конкуренции может не получить ожидаемого коммерческого успеха. И наоборот, в современных условиях фирма может производить абсолютно не соответствующий запросам и нуждам потребителя товар, но при рационально и эффективно организованной коммуникативной деятельности получать прибыль, величина которой – главный критерий эффективности хозяйственной деятельности.

Анализ исследований, анализирующих сущность, принципы, методы и функции коммуникационной концепции маркетинга, позволяет сформулировать основную задачу маркетинга в условиях перехода к информационному обществу – организация эффективных коммуникаций во всех сферах деятельности организации: от опубликования финансовой отчетности до выбора нейминга нового товара. Таким образом, что коммуникационная функция маркетинг-микс в условиях информационного общества становится базовой, а всем другим «Р» маркетинга помимо основных функций необходимо в первую очередь ориентироваться на ее реализацию.

В связи с этим можно обосновать, что основным принципом коммуникационной концепции современного маркетинга является принцип главенства коммуникативной функции.

На уровне товара это связано с анализом его коммуникативных факторов: вербальных (название, описание состава, инструкция по эксплуатации и др.), визуальных (дизайн упаковки, форма и цвет, логотип и др.), вкуса, запаха, веса, органолептических свойств и др. Определить эффективность выполнения товаром и его элементами коммуникационной функции организация может при помощи исследования восприятия товара и его элементов потребителем.

Цена товара (услуги) – это информация о связи между стоимостью и потребительской стоимостью товара. Информационная функция цены заключается в том, что цена информирует о предложении товара, и о том, сколько продавец хочет получить за свой товар. Такая же информация формирует позицию покупателя, определяя размер его спроса. Кроме того, для товара, являющегося брендовым, она способствует появлению спроса по цене при некотором снижении цены и неэластичности – при некотором снижении цены. Таким образом, коммуникативная функция цены способствует усилению ее основных функций: информационной, стимулирующей, ориентирующей и распределительной.

Коммуникационная функция каналов товародвижения связана и реализуется посредством комплекса мерчандайзинга, который направлен на разработку и реализацию программы построения розничной и дистрибьюторской сетей, снабжение розничной торговли торговым оборудованием с учетом фирменного стиля и других коммуникационных креативных маркетинговых констант, эффективную раскладку товара, оформление мест продаж и др. Правильный подход в реализации коммуникаций в комплексе мерчандайзинга способствует повышению конкурентоспособности товаров и организаций за счет обеспечения неценовых форм конкуренции, совершенствования управления процессом принятия покупателями решения о покупке с учетом факторов, влияющих на их поведение в местах продажи. При этом визуальный мерчандайзинг является важной составляющей комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций в месте продажи, который предполагает воздействие на покупателей информационными и эмоциональными приемами, стимулирующими совместную коммуникативную деятельность организации-производителя, организации-дилера и покупателя.

Продвижению как элементу комплекса маркетинга коммуникативная функция присуща по его определению. В коммуникационной концепции маркетинга происходит ее усиление за счет обоснованной интеграции всех маркетинговых коммуникаций.

Помимо главного принципа коммуникационной концепции маркетинга белорусским производителям товаров и услуг в управлении маркетинговыми коммуникациями необходимо реализовывать следующие принципы:

- принцип установления долгосрочного предпочтения потребителя к товару в процессе маркетинговой деятельности на основе создания и развития бренда, так как брендинг является основой построения коммуникационной концепции маркетинга;
- принцип обеспечения устойчивости организации к внешним воздействиям на основе развития бренда;
- принцип функционально-структурной организации через совершенствование ее внутрифирменной и внешней направленности;
- принцип эффективности внешнего партнерства организаций-производителей и рекламными агентствами нового типа и через создание новых для белорусского рынка структур типа «бренд-инкубатор»;
- принцип обязательного коммуникационного анализа и аудита всей маркетинговой деятельности организации.

Коммуникационная концепция маркетинга имеет перспективы реализации среди белорусских организаций, так как в соответствии с ней маркетинг из специфической сферы деятельности становится частью процесса управления современной организацией.

Е. Г. Тёсова, Н. Г. Родцевич
Республика Беларусь, Бобруйск

РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Устойчивое развитие современной промышленной организации – это современная философия менеджмента, предполагающая, что любое управленческое решение принимается с уче-

том экономического, социального и экологического эффекта. Корпоративная социальная ответственность (КСО) является наиболее эффективной формой реализации данного развития стратегического управления современным бизнесом. Основой для реализации корпоративной социальной ответственности промышленной организации являются десять принципов Глобального договора, обращенного в начале XXI в. ООН к бизнес-сообществу.

Вопросы реализации корпоративной социальной ответственности в теории и практике современного менеджмента анализировались в трудах зарубежных (Деминг, Шмидт, Райнс, Котлери др.), российских (Е. А. Бадюкина, А. Д. Зарецкий, Т. Е. Иванова, М. В. Киварина, М. В. Курбатова и др.), отечественных (Ж. Гринюк, В. А. Симхович, К. Шадура) исследователей.

73 отечественных предприятия и организации Беларуси подписали Глобальный договор, подтвердив тем самым собственную готовность руководствоваться в своей деятельности принципами корпоративной социальной ответственности: СООО «Мобильные ТелеСистемь», Белорусский металлургический завод, «Кока-Кола Бевриджиз Белоруссия», «Савушкин продукт», «Минский транзитный банк», бизнес-инкубатор «МАПЗАО», «Гомельлифт», «Торговая компания «Милавица», «Лоде», «Белинтертранс», «Бабушкина Крынка», «Пивзавод Оливария», «Heineken Беларусь», IT-транзит и др. Практика развитых стран показывает, что организации, менеджмент которых не учитывает КСО, не обладают позитивным имиджем на рынке, не имеют перспективы устойчивого развития, товары и услуги, производимые ими, не пользуются ожидаемым спросом. Приверженность организации социальной ответственности дополнительно мотивирует персонал, обеспечивает поддержку клиентов и одобрение партнеров и инвесторов.

Примером реализации корпоративной социальной ответственности среди белорусских промышленных организаций является деятельность унитарного предприятия «Кока-Кола Бевриджиз Белоруссия» частной компании с ограниченной ответственностью «КК БевриджизХолдингз П Б.В.». С 2002 г. организация активно работает над снижением воздействия на окружающую среду и инвестирует в благосостояние страны: вносит свой вклад в развитие системы раздельного сбора

мусора и вторичного использования отходов, пропагандирует спорт и активный образ жизни, поддерживает образовательные проекты и программы, направленные на сохранение водных ресурсов Беларуси (проект «Спасем Ельню вместе!», который совмещает в себе как защиту водных ресурсов, так и борьбу с выбросами CO₂ в атмосферу). Через сокращение воздействия на окружающую среду своей производственной деятельности – снижение потребления воды, энергии, упаковочных материалов, предприятие повышает эффективность бизнеса, что снижает затраты в краткосрочной перспективе, а также риски для долгосрочного развития. Посредством реализации проектов в области социальной ответственности «Кока-Кола Бевриджиз Белоруссия» расширяет собственные возможности для инноваций. Социальные программы укрепляют репутацию предприятия и корпоративную культуру.

Несмотря на внимание белорусских производителей к КСО, устойчивой стратегической системы к ее реализации пока не сформировалось.

При формировании данной системы организациям-производителям целесообразно учитывать два аспекта: внутренний и внешний. Первый – это деловая практика по отношению к персоналу организации, связанная с такими направлениями менеджмента, как обеспечение экологической и промышленной безопасности и охраны труда, стабильной выплаты заработной платы и поддержания ее социальной значимости, дополнительного медицинского и социального страхования работников, развития персонала через различные обучающие программы, подготовка и повышение квалификации работающих, помощь персоналу в критических ситуациях. Второй аспект включает в себя ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественной продукции), спонсорство и корпоративную благотворительность, участие в экологических программах государства и региона, взаимодействие с местным сообществом.

Важен выбор подхода к менеджменту КСО. В современной практике сформированы три подхода управления корпоративной социальной ответственностью, отражающие 1) позиции стейкхолдеров (stakeholder approach) – заинтересованных сторон; 2) позиции этических и моральных норм (ethical approach); 3) позиции связей с общественностью (PR approach).

Первый подход основан на учете многоаспектности взаимного влияния организации, внешней среды, экономики и общества. Полномочия бизнеса во взаимоотношениях с обществом передаются стейкхолдерам (отдельным личностям или группе людей, имеющим или утверждающим, что имеют собственность, право или интерес к организации в его прошлой, настоящей и будущей деятельности) с целью учета и исполнения бизнесом их прав в деятельности организации: персоналу (внутренние стейкхолдеры) и деловым партнерам, поставщикам, клиентам, местным сообществам, органам государственного управления, некоммерческим и общественным организациям, профессиональным объединениям, конкурентам, СМИ (внешние). Менеджеры должны ориентироваться на их намерения и влияние, а деятельность организации должна соответствовать правовым и моральным интересам стейкхолдеров. Поэтому именно менеджмент организации является центральным и активным элементом данной модели. Его основная задача – определение круга заинтересованных сторон и организация с ними традиционного и инновационного ресурсного обмена. Основная цель – удовлетворение интересов всех заинтересованных сторон.

Подход с позиции этических и моральных норм основан на том, что ответственность по отношению к стейкхолдерам, анализ их интересов и управление отношениями является практическим способом оценки этики бизнеса промышленной организации и ее КСО. Наибольшее значение уделяется ценностям организации и этичности ее поведения на рынке. Это является особенно актуальным в условиях глобализации, так как принципы ведения бизнеса в настоящее время – достоинство общественной гласности. Корпоративные ценности организаций, реализующих КСО с учетом данного подхода, отражаются в Кодексах управления компанией – этическом (определяет ценности, принципы, цель и миссию организации), процессуальном (интерпретирует принципы стейкхолдеров) и кодексе поведения организации на рынке и обществе. Реализация данного подхода эффективна, если данные кодексы поддерживаются не только менеджерами высшего уровня управления организацией, но и всеми сотрудниками.

В основу подхода с позиции связей с общественностью положена идея построения взаимопонимания организации с обществом. Общественность как целевая группа разбивается на

группы стейкхолдеров с множеством интересов. Построение с ними диалоговых долгосрочных отношений позволяет увеличить ценность организации. Связи с общественностью тесно связаны с механизмом лоббирования, который влияет на создание имиджа организации и информирования ее внешних и внутренних стейкхолдеров. Систематическое рассмотрение социокультурных аспектов операций бизнеса, включая вопросы трудовых отношений, отношений клиента и поставщика, создает долгосрочную ценность организации для социального развития общества.

Приоритет социальной значимости деятельности современной промышленной организации и ее принцип «бизнес для человека» становятся важнейшим критерием эффективности экономики и показателем успешности бизнеса. Поэтому эффективное ведение бизнеса в условиях рыночной экономики зависит не только от инновационного развития промышленных организаций, предпринимательского профессионализма управленческого персонала, складывающейся конъюнктуры рынка, но и от корпоративной социальной ответственности промышленных организаций перед обществом, которое во многом определяет не только сбалансированность и устойчивое развитие самой организации, но и общества в целом.

А. А. Тимошенко
Украина, Донецк

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РОЛЬ РЕКЛАМЫ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Одним из важных условий повышения конкурентоспособности предприятия в настоящее время является внедрение концепции маркетинга отношений, которая лежит в основе формирования предприятием долгосрочных и доброжелательных отношений с потребителями и социальным окружением.

Современный рынок характеризуется значительным насыщением рыночного пространства информацией, ростом ее значимости и ценности. В этих условиях существенно усложняются процессы формирования спроса и предпочтений потребителей, осуществление маркетингового воздействия на них. Эффек-

тивная маркетинговая коммуникативная политика призвана не только обеспечить потребителя необходимыми знаниями о характеристиках и качестве товаров и услуг, условий заключения сделок, особенностей конкурентной предложения, но и расположить покупателей, создать атмосферу эмоционального взаимопонимания, доброжелательности и доверия между производителем и потребителями, обществом.

Как правило, такие функции выполняют традиционные инструменты маркетинговой коммуникативной политики – реклама, стимулирование сбыта, публик рилейшнз, персональные продажи. Реклама представляет собой особый вид маркетинговой коммуникации, характерной особенностью которой выступает фактор влияния, требующий использования особых механизмов для привлечения внимания и побуждения к действию потребителей продукта. Понятие рекламы обобщает в себе социальную, коммуникационную, экономическую и маркетинговую функции, превращаясь в процесс их согласования во времени.

При том, что реклама как социально-экономическое явление имеет довольно длительную историю своего становления и развития, гносеологический интерес к рекламе начал формироваться, в основном, в период развития капитализма XIX в. и XX в. Это, в свою очередь, дало толчок к развитию маркетингового направления исследования рекламы (А. Айзейберг, Д. Бернет, Г. Дихтль, Г. Картер, Ф. Котлер и др.). Экономическая составляющая рекламы выступила действенным стимулом роста интереса ученых к изучению рекламы в концептуальных рамках социально-экономического подхода (Дж. Гэлбрейт, П. Друкер, М. Кастельс, О. Тофлер, Е. Ромат и др.) [1].

Теоретические основы становления и развития системы маркетинговых коммуникаций нашли широкое отражение в трудах известных ученых Р. Александера, Г. Армстронга, Б. Бермана, Дж. Гэлбрейта, А. Маслоу, М. Портера, Дж. Эванса, заложивших основы дальнейших исследований в области маркетинга [1].

Познавательные теории сущности и специфики рекламы в целом нацелены на идентификацию содержания понятий «потребность», «потребление», «потребительская активность», «потребительское поведение», «модели потребления». Это открывает новую теоретическую перспективу понимания рекламы не

только в качестве локального автономного социально-экономического института, а как специализированного функционального элемента институциональной системы потребления.

В последнее время исследования целевой направленности и функциональной специфики рекламы все чаще базируются на привлечении в научный оборот понятия «общество потребления». В рамках «общества потребления» манипулятивное воздействие рекламы обусловлено задачами широкого привлечения людей к воспроизводству «консюмеризма», то есть с актуализацией манипулятивного потенциала рекламы в направлении стимулирования чрезмерного потребления и удовлетворения различных псевдопотребностей [2].

Бесспорно, реклама является доминирующим и наиболее популярным инструментом маркетинговых коммуникаций, однако в последние годы ее все активнее вытесняют другие инструменты. На это есть ряд причин, наиболее очевидной из которых является ее высокая стоимость. Реклама по-прежнему широко используется из-за масштаба своего влияния: она способна охватывать глобальные аудитории, доставляя им убедительные сообщения. Однако в определенных ситуациях реклама становится слишком дорогой, аудитория вырабатывает «иммунитет» к ее воздействию.

Все более значимую роль для современных маркетологов в стратегиях рекламы приобретает Интернет, вследствие чего происходит снижение доминирующей роли традиционных СМИ в качестве рекламных каналов.

Итак, учитывая значимость формирования эффективной системы маркетинговых коммуникаций для современного бизнеса, процесс становления и развития теории рекламы в XX в. и в начале XXI века убедительно свидетельствует о важности исследования рекламы как специализированного социально-экономического института, связанного с процессами стимулирования потребительской активности и потребительского поведения.

Список использованных источников

1. Кондаурова, I. O. Управління інтегрованими маркетинговими комунікаціями як фактор підвищення ефективності маркетингу / I. O. Кондаурова, O. A. Тимошенко // Проблеми розвитку внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект: сб. науч. тр. – Донецк: ДонНУ, 2014. – Т. 2. – С. 163–166.

2. Маркетинговий менеджмент конкурентоспроможності підприємства: стратегічний підхід та системні рішення: монографія / О. В. Кендюхов [та ін.]. – Донецьк: ДВНЗ «ДонНТУ», 2014.

В. А. Харченко
Україна, Донецьк

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях рыночной нестабильности для обеспечения эффективности деятельности субъекты хозяйствования должны ориентироваться на научно-технические достижения и запросы потребителей, создающие условия для достижения конкурентных преимуществ и способствующие предотвращению кризисных проявлений в процессе функционирования. Инновационные решения в различных сферах жизнедеятельности предприятия (сфере производства, сбыта, ресурсного и финансового обеспечения) способствуют его развитию на условиях прибыльности деятельности. Анализ рыночной конъюнктуры, учет потребностей заказчиков, прогнозирование изменений спроса и предложения в перспективе являются инструментами системной реализации стратегических целей функционирования и развития предприятия.

Актуальными в настоящее время являются такие направления обеспечения (поддержания, создания) эффективности деятельности промышленного предприятия в стратегической перспективе, как управление развитием, осуществление изменений, внедрение инноваций [1-3]. Данные понятия тесно переплетаются между собой, взаимосвязь между ними продемонстрирована на рис. 1.

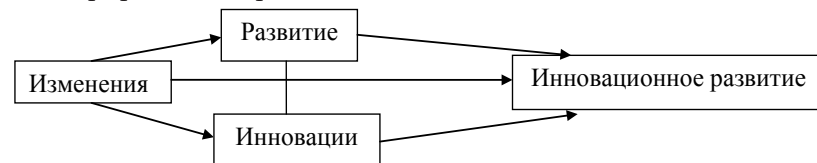


Рис. 1. Взаимосвязь изменений, развития и инноваций в условиях промышленного предприятия

Из рис. 1 можно заключить следующее:

- изменения выступают основой и двигательной силой для развития предприятия;
- через изменения возможно осуществление инноваций;

• взаимосвязь изменений, инноваций и развития – это инновационное развитие промышленного предприятия.

В процессе проведенного исследования были выделены обобщенные характеристики понятий «инновации», «изменения» и «развитие», а также их особенности, подчеркивающие суть данных экономических терминов в контексте необходимости поиска новых механизмов, сдерживающих влияние внешних кризисных ситуаций и неблагоприятных тенденций на деятельность промышленного предприятия, а также таких механизмов, которые бы поддерживали стабильность хозяйственно-финансовой деятельности предприятия в различных условиях функционирования. Обобщенные характеристики рассматриваемых понятий представлены в табл. 1.

Таблица 1

Содержание характеристик экономических понятий

Наименование понятий	Обобщенные характеристики понятий:	
	основное содержание	особенности (взаимосвязи)
Развитие	<ul style="list-style-type: none"> • процесс: адаптации, перехода, изменений, роста, улучшения; • изменение: во времени; глобальных целей предприятия; состояния; деятельности 	результат эффективных стратегических изменений
Изменения	процесс преобразований с будущим влиянием на стратегии для обеспечения адаптивного функционирования или развития	движущий фактор развития
Инновации	<ul style="list-style-type: none"> • новое решение; • изменения с целью внедрения и использования нового (товара, услуги, рынка) 	внедрения в условиях функционирования предприятия, развития или осуществления изменений

Как видно из табл. 1, новые решения (инновации) могут быть внедрены как в процессе обычного функционирования предприятия, так и в процессе осуществления коренных преобразований на предприятии (например, изменение технологии, вида деятельности, ассортимента продукции).

Инновационное развитие как один из видов развития промышленного предприятия в рамках данного исследования рассматривается как комплексное понятие: важная часть организационно-экономических мероприятий субъекта хозяйствования по осуществлению стратегических изменений, управлению развитием и использованию инноваций в процессе хозяйствования с целью обеспечения эффективности деятельности.

Бесспорным является факт системности инновационного развития. Как систему следует изучать совокупность ресурсов, используемых в процессе инновационного развития – инновационные ресурсы. В свою очередь в условиях инновационного развития предприятия инновационные ресурсы объединяют значительную часть ресурсов, которые можно разделить на две части: основные ресурсы (материально-технические, технологические, трудовые, интеллектуальные, инвестиционные, финансовые) и связующие ресурсы (организационные, информационные). При этом в составе основных ресурсов выделены ресурсы, характеризующие кадровую составляющую инновационного развития, средства предприятия и источники средств. Состав инновационных ресурсов приведен на рис. 2.

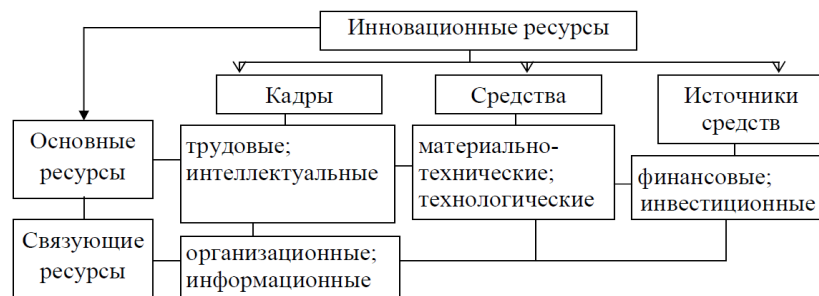


Рис. 2. Ресурсы инновационного развития предприятия

В процессе инновационного развития состояние хозяйственно-финансовой деятельности должно улучшаться, а рост показателей должен свидетельствовать об эффективности принимаемых управленческих решений. С эффективностью связывается развитие (рост) деятельности. Например, понятие «эффективность» изучалось в теории экономического роста, теории эффективного спроса – эффективность макроэкономических процессов, влияющих на деятельность отдельных бизнес единиц;

в теории менеджмента, теории управления экономическими системами – в контексте взаимосвязи цели и конечного результата деятельности; в теории экономической и социальной эффективности – при изучении функционирования системы. Следует также подчеркнуть, что инновации – это именно те новые решения, которые эффективно используются в практической деятельности.

Об эффективности инновационного развития свидетельствует рост инновационной активности субъектов хозяйствования, устойчивость связей с контрагентами, конкурентоспособность произведенной продукции на рынке и в целом рост качества (уровня) жизни населения. Результат управления инновационным развитием – эффекты в финансово-экономической деятельности предприятия, социальной, экологической, научно-технической. Инновационное развитие может приносить предприятию имиджевый эффект, синергетический, мультипликационный.

Таким образом, инновационное развитие промышленного предприятия основывается на базовых подходах к стратегическим изменениям на предприятии, на общей направленности управления развитием предприятия, на основах и принципах управления инновационными ресурсами, инновационным потенциалом, инновационным процессом. Эффективность инновационного развития определяется достижением различных эффектов (от экономического до мультипликационного), выражается в количественном и качественном росте финансово-экономических показателей деятельности субъектов хозяйствования, характеризующих уровень устойчивости к негативно влияющим внутренним и внешним факторам.

Список использованных источников

1. Раевнева, О. В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі: монографія / О. В. Раевнева. – Харків: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 496 с.
2. Гусева, О. Ю. Управління стратегічними змінами: теорія та методологія: автореф. дис. ... докт. екон. наук: 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / О. Ю. Гусева. – Донецьк, 2014. – 41 с.
3. Никулина, О. В. Системный подход к управлению инновационным развитием промышленных предприятий / О. В. Никулина // Современные технологии управления. – 2012. – № 5. – С. 31–56.

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В Республике Беларусь инновационное развитие выступает приоритетным направлением деятельности. Активизацией данного направления деятельности является реализация Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2011–2015 гг. Выполнение целей и задач программы невозможно без внедрения инноваций и научно-технических разработок, которые становятся неотъемлемым показателем устойчивого экономического роста предприятий промышленности.

Инновации подразделяются на технологические, организационные и маркетинговые. Под технологической инновацией понимается продуктовая и (или) процессная инновация. Продуктовая инновация – это внедрение продукции и услуги, являющихся новыми или значительно улучшенными по части их свойств или способов использования. Процессная инновация – это внедрение нового или значительно улучшенного способа производства (оказания услуги). Организационной инновацией является внедрение нового организационного метода в деловой практике организации, в организации рабочих мест или внешних связях. Маркетинговой инновацией является внедрение нового метода маркетинга, включая значительные изменения в дизайне или упаковке продукта, продвижении на рынок или использовании новых стратегий ценообразования [1, с. 168].

Инновационная деятельность на предприятиях промышленности не может быть реализована без совместных действий и активного участия государственных структур, бизнеса и науки.

Как показывает мировой опыт, инструментами активизации инновационной деятельности является государственно-частное партнерство, которое обеспечивает взаимодействие государства и бизнеса по всему инновационному процессу: от научных исследований до производства высокотехнологичной продукции. Положительным примером в реализации данной деятельности

выступают скандинавские страны, Великобритания, Австралия.

В Республике Беларусь данный подход пока не реализуется в полной мере. Например, в промышленности показатель инновационно-активных предприятий в 2015 г. может быть значительно увеличен и приближен к пороговому значению 30,55 % (в сравнении, 2011 г. составил 443 единицы, т. е. 22,7 % от общего количества предприятий промышленности). Восприимчивость предприятий к инновационным изменениям определяется выпуском новой продукции в общем объеме производства. Доля инновационной продукции может составлять в 2015 г. – 20 % (в сравнении с 2011 г. – 17,2 %). Немаловажное значение играют затраты предприятий и организаций из внебюджетных средств на научные разработки и исследования, которые в процентах от ВВП в 2015 г. должны увеличиться и составить 1,5 % (в сравнении с 2011 г. – 0,42 %) [2, с. 77]. Данная нестабильность на предприятиях промышленности требует рационального использования инструментов государственно-частного партнерства и принятия определенных мер по улучшению инновационной деятельности предприятий промышленности.

Определяющим фактором технологических, организационных и маркетинговых инноваций предприятий промышленности является не только уровень финансового обеспечения, но и результат использования финансовых средств, т. е. то, как предприятие:

- использует и внедряет полезные модели, передовые технологии, промышленные образцы, товарные знаки, патенты;
- разрабатывает и вырабатывает новую инновационную конкурентоспособную продукцию;
- проводит модернизацию с использованием проектов государственно-частного партнерства в таких сферах деятельности как: импортозамещение и бюджетозамещение;
- создает товаропроводящие сети за рубежом используя частный торговый бизнес;
- привлекает профессиональных менеджеров к управлению, стимулирует их деятельность для полного использования предпринимательского потенциала;
- использует проекты государственно-частного партнерства для создания соответствующей производственной инфраструктуры;

- изучает передовой зарубежный опыт, вносит предложение в вышестоящие органы по реализации данных подходов.

Только положительная динамика в данном направлении деятельности может обеспечить результативность работы предприятий промышленности.

Список использованных источников

1. Яшева, Г. А. Формирование стратегии государственно-частного партнерства в инновационном развитии Республики Беларусь / Г. А. Яшева // Маркетинг и менеджмент инноваций. – 2012. – № 3. – С. 163–180.
2. Наука и инновационная деятельность в Республике Беларусь: стат. сб. [Электронный ресурс]. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – 2012. – 157 с. – Режим доступа: www.scienceportal.org.by/upload/SCIENCE_AND_INNOVATION_ACTIVITY_2012.pdf. – Дата доступа: 12.05.2015.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Авдеева Татьяна Григорьевна – старший преподаватель Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет».

Бабынина Галина Михайловна – доцент Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет».

Бедретдинова Елена Николаевна – ассистент Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет».

Близнюк Ольга Сергеевна – аспирант УО «Белорусский государственный университет».

Болотских Владислав Сергеевич – магистрант УО «Донецкий национальный технический университет».

Бондарева Ирина Александровна – и. о. декана факультета экономики, доцент УО «Донецкий национальный технический университет», кандидат экономических наук доцент.

Борисенко Павел Игоревич – преподаватель УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы».

Бородина Ольга Александровна – старший преподаватель УО «Донецкий национальный технический университет», г. Макеевка.

Винницкая Наталья Петровна – ассистент Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет».

Гайшун Александр Николаевич – начальник отдела по делам молодежи, воспитательной и идеологической работе Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет».

Глебова Наталья Михайловна – старший преподаватель Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет».

Гошка Алла Александровна – ассистент Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет».

Гребенчук Игорь Васильевич – заместитель директора по учебной и научной работе Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет», кандидат исторических наук доцент.

Гуменников Александр Петрович – старший преподаватель УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», г. Гомель.

Дадеркина Диана Ивановна – доцент Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет», кандидат сельскохозяйственных наук доцент.

Дроздова Светлана Николаевна – старший преподаватель Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет».

Дуванова Маргарита Анатольевна – магистрант УО «Донецкий национальный технический университет», г. Харцызск.

Евдокименко Эльвира Дмитриевна – старший преподаватель Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет».

Ермакова Татьяна Александровна – зав. кафедрой информатики, статистики и высшей математики Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук доцент.

Какунина Анна Анатольевна – ассистент кафедры экономика и маркетинг УО «Донецкий национальный технический университет».

Камышный Алексей Эдуардович – магистрант УО «Донецкий национальный технический университет».

Квилинский Алексей Станиславович – доцент УО «Донецкий национальный технический университет», кандидат экономических наук.

Ковалев Михаил Николаевич – доцент Гомельского филиала Международного университета «МИТСО», кандидат экономических наук доцент.

Коваленко Снежана Александровна – зав. кафедрой экономики и финансов Гомельского филиала Международного университета «МИТСО», кандидат сельскохозяйственных наук доцент.

Ковальчук Владимир Михайлович – директор Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет», кандидат технических наук доцент.

Кованёв Александр Николаевич – преподаватель Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет».

Колодкин Вячеслав Валериевич – зав. кафедрой маркетинга и учетно-финансовых дисциплин Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук доцент.

Кондаурова Инна Александровна – зав. кафедрой стратегического управления экономическим развитием УО «Донецкий на-

циональный технический университет», кандидат экономических наук доцент.

Корнилова Татьяна Владимировна – ассистент УО «Донецкий национальный технический университет».

Кравченко Сергей Иванович – декан факультета экономики УО «Донецкий национальный технический университет», кандидат экономических наук доцент.

Крукотская Татьяна Павловна – студентка Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет».

Кузьменок Зинаида Ивановна – старший преподаватель Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет».

Куликова Татьяна Александровна – ассистент Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет».

Куриленко Валентин Витальевич – старший преподаватель УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», г. Гомель.

Курилович Наталья Вячеславовна – доцент УО «Белорусский государственный университет», кандидат социологических наук доцент.

Луц Любовь Николаевна – доцент Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет», кандидат филологических наук доцент.

Ляшенко Любовь Ивановна – старший преподаватель УО «Донецкий национальный технический университет».

Майсюк Екатерина Васильевна – преподаватель УО «Барановичский государственный университет».

Малашук Ирина Николаевна – доцент Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет», кандидат филологических наук.

Малинина Татьяна Вячеславовна – старший преподаватель Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет».

Манцорова Татьяна Феликсовна – зав. кафедрой экономики и организации энергетики УО «Белорусский национальный технический университет», кандидат экономических наук доцент, г. Минск.

Маргунова Валентина Ивановна – доцент УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», кандидат экономических наук доцент, г. Гомель.

Медведев Дмитрий Юрьевич – учитель ГУО СШ № 6, г. Бобруйск.

Меликидзе Кетеван Шотаевна – старший преподаватель Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет».

Мешков Андрей Витальевич – доцент кафедры экономики предприятия УО «Донецкий национальный технический университет», кандидат экономических наук доцент.

Москалевич Галина Николаевна – доцент УО «Белорусский государственный экономический университет», кандидат юридических наук доцент, г. Минск.

Надтока Татьяна Борисовна – профессор УО «Донецкий национальный технический университет», кандидат экономических наук доцент.

Недашковская Нина Сергеевна – доцент Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук доцент.

Носова Анастасия Александровна – ассистент кафедры маркетинга и учетно-финансовых дисциплин УО «Белорусский государственный экономический университет».

Оленичева Юлия Александровна – доцент кафедры стратегического управления экономическим развитием УО «Донецкий национальный технический университет», кандидат экономических наук.

Павлова Людмила Петровна – доцент Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет», кандидат сельскохозяйственных наук доцент.

Поляков Эдуард Викторович – аспирант кафедры экономики и маркетинга УО «Донецкий национальный технический университет».

Полякова Эллона Ильинична – доцент кафедры экономики и маркетинга УО «Донецкий национальный технический университет», кандидат экономических наук доцент.

Пыренкова Алёна Александровна – магистрант УО «Донецкий национальный технический университет».

Родцевич Николай Григорьевич – зав. кафедрой экономики и управления Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук доцент.

Родцевич Ольга Николаевна – аспирант УО «Белорусский государственный экономический университет», г. Бобруйск.

Рытикова Екатерина Анатольевна – старший преподаватель УО «Донецкий национальный технический университет».

Саврас Сергей Александрович – преподаватель кафедры экономики и управления на предприятии УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купаль», г. Скидель.

Сидорова Анна Александровна – ассистент УО «Донецкий национальный технический университет».

Станкевич Валерий Иванович – ассистент Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет».

Степанова Татьяна Александровна – доцент УО «Донецкий национальный технический университет», кандидат экономических наук доцент.

Степанян Арташ Альбертович – старший преподаватель Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет».

Сюзьева Ольга Вадимовна – ассистент УО «Донецкий национальный технический университет».

Столяров Геннадий Викторович – профессор ФГБОУ ВПО «Брянский государственный университет имени академика И. Г. Петровского», г. Новозыбков.

Тарасова Елена Александровна – доцент УО «Донецкий национальный технический университет», кандидат экономических наук доцент.

Теплякова Нина Андреевна – доцент Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет».

Тёсова Елена Генриховна – заместитель директора по учебной и воспитательной работе Бобруйского филиала УО «Белорусский государственный экономический университет», кандидат педагогических наук доцент.

Тимошенко Александр Андреевич – аспирант УО «Донецкий национальный технический университет».

Харченко Виктория Анатольевна – доцент УО «Донецкий национальный технический университет», кандидат экономических наук доцент.

Хотько Владимир Валерьевич – начальник отдела торговли и услуг Слуцкого районного исполнительного комитета, аспирант УО «Минский университет управления», г. Слуцк.

Чиж Екатерина Павловна – студентка УО «Белорусский национальный технический университет», г. Минск.

Шаповалова Ольга Григорьевна – магистрант УО «Донецкий национальный технический университет».

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Авдеева Т. Г.</i> Антикризисное управление в развитии регионов Республики Беларусь	3
<i>Бабынина Г. М.</i> Обоснование штатной численности бухгалтерии	6
<i>Бедретдинова Е. Н., Дроздова С. Н.</i> Применение аналитического инструмента для повышения качества продукции	11
<i>Близнюк О. С.</i> Характеристика развития инновационной среды в Республике Беларусь	16
<i>Бондарева И. А.</i> Управление цепями поставок в инновационной деятельности	18
<i>Бородина О. А.</i> Факторы неопределенности проведения горных выработок и их учет в инвестиционном проекте	23
<i>Гайшун А. Н.</i> Экспансия иностранного информационного продукта как угроза безопасности государства	26
<i>Гошка А. А., Малашук И. Н.</i> Анализ конкурентоспособности продукции	30
<i>Грабянчук I. В.</i> Навукова-даследчая праца студэнтаў Бабруйскага настаўніцкага інстытута	34
<i>Гуменников А. П.</i> О необходимости привлечения иностранных инвестиций в торговую отрасль Республики Беларусь	38
<i>Дадеркина Д. И.</i> Предложения по развитию фермерства в Республике Беларусь	42
<i>Евдокименко Э. Д.</i> Инновационные процессы в промышленности..	46
<i>Ермакова Т. А., Глебова Н. М.</i> Бизнес-анализ: изменение подходов в соответствии с требованиями ИТ-рынка	49
<i>Квилинский А. С.</i> Синергетический эффект как основа формирования стратегии объединений субъектов малого и среднего предпринимательства	51
<i>Ковалев М. Н.</i> Стратегии маркетинга и логистики в инновационном развитии предприятия	54
<i>Коваленко С. А.</i> Обучающе-исследовательский принцип организации образовательного процесса	58
<i>Ковальчук В. М.</i> Экономика предприятий и эффективность энергоменеджмента	62
<i>Колодкин В. В.</i> Так все-таки MAKE OR BUY	64
<i>Кондаурова И. А.</i> Институт высшего образования в экономике знаний	67
<i>Пыренкова А. А., Кондаурова И. А.</i> Роль инноваций	

в обеспечении конкурентоспособности предприятия	71
<i>Корнилова Т. В.</i> Современные методы и подходы к обучению иностранным языкам студентов неязыковых специальностей	74
<i>Кравченко С. И., Шаповалова О. Г.</i> Инновационная активность персонала как объект мотивации	78
<i>Кузьменок З. И., Винницкая Н. П.</i> Эффективность развития малого предпринимательства в регионах Республики Беларусь	81
<i>Куликова Т. А.</i> Трансформация финансовой отчетности или параллельный учет?	84
<i>Куриленко В. В.</i> Совершенствование методики анализа использования трудовых ресурсов организации	88
<i>Курилович Н. В.</i> Дистанционное обучение как инновация в системе высшего образования Республики Беларусь	92
<i>Луц Л. М.</i> Фальклорны кампанент пры выкладанні беларускай мовы ў ВНУ эканамічнага профілю	95
<i>Ляшенко Л. И.</i> Роль хозяйственной этики в инновационной деятельности	97
<i>Майсюк Е. В.</i> Вертикальная интеграция как путь развития	100
<i>Малинина Т. В., Круковская Т. П.</i> Эффективное управление мотивацией персонала с использованием ERP-систем	104
<i>Манцеров Т. Ф., Чиж Е. П.</i> Бенчмаркинг как инструмент реформирования энергетики Республики Беларусь	108
<i>Медведев Д. Ю., Кованев А. Н.</i> Инновации в спортивной педагогике	112
<i>Меликидзе К. Ш., Степанян А. А.</i> Профессионально-педагогическая компетентность в формировании ЗОЖ у студентов	115
<i>Дуванова М. А., Мешков А. В.</i> Повышение эффективности инноваций в системе управления предприятиями	119
<i>Камышный А. Э., Мешков А. В.</i> Специфика управления затратами на инновационных предприятиях	122
<i>Москалевич Г. Н.</i> Антимонопольное регулирование маркетинговой деятельности в странах-членах ЕАЭС	126
<i>Надтока Т. Б., Какунина А. А.</i> Качество жизни населения как объект регионального и местного управления	130
<i>Недашковская Н. С., Маргунова В. И.</i> Внедрение МСФО в отечественную практику учета	133
<i>Носова А. А.</i> Маркетинговая модель обеспечения качества образовательных услуг вуза	137
<i>Оленичева Ю. А.</i> Проблемы межбюджетных отношений в Украине	141

<i>Павлова Л. П.</i> Межкультурное взаимодействие Беларуси и Германии в сфере образования – важный элемент интеграции Республики Беларусь в мировое сообщество	144
<i>Поляков Э. В.</i> Анализ методических основ комплексного подхода к формированию механизма реструктуризации.....	148
<i>Полякова Э. И., Болотских В. С.</i> Инновации в управлении маркетинговым потенциалом промышленного предприятия	152
<i>Родцевич О. Н.</i> Комплексная оценка эффективности управления бизнес-процессами промышленной организации...	156
<i>Рытикова Е. А.</i> Проблемы и перспективы ликвидации угольных шахт в Донецком регионе	160
<i>Саврас С. А., Борисенко П. И.</i> Перспективы развития маркетингового консалтинга в Республике Беларусь	164
<i>Сидорова А. А.</i> Инновационный блок в образовательной и воспитательной системах вуза.....	167
<i>Станкевич В. И.</i> Особенности создания и развития механизма организационно-экономической адаптации предприятий к условиям внешней среды	171
<i>Степанова Т. А., Сюзяева О. В.</i> Особенности внедрения инноваций на предприятиях малого бизнеса	175
<i>Столяров Г. В.</i> Особенности инновационного процесса в АПК России	179
<i>Тарасова Е. А.</i> Разработка информационной системы продаж компьютерной фирмы	185
<i>Теплякова Н. А.</i> Снижение затрат на производство продукции – главный фактор ее конкурентоспособности	188
<i>Тёсова Е. Г.</i> Актуальность использования принципов коммуникационной концепции маркетинга в условиях перехода белорусских организаций к информационному обществу.....	192
<i>Тёсова Е. Г., Родцевич Н. Г.</i> Развитие корпоративной социальной ответственности в Республике Беларусь.....	195
<i>Тимошенко А. А.</i> Социально-экономическая роль рекламы в системе маркетинговых коммуникаций	199
<i>Харченко В. А.</i> Инновационное развитие предприятия.....	202
<i>Хотько В. В.</i> Государственно-частное партнерство как инструмент развития инновационной деятельности предприятий промышленности	206
СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ	209

Научное издание

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ

Материалы V Международной
научно-практической конференции

Бобруйск, 17 ноября 2015 г.

За содержание статей ответственность несут авторы

Ответственный за выпуск *П. В. Ильенко*
Компьютерная верстка *С. С. Руховой*
Корректор *И. М. Подоматько*

Подписано в печать 26.10.2015. Формат 60×84/16.
Бумага офсетная. Ризография.
Усл. печ. л. 12,7. Уч.-изд. л. 12,1. Тираж 51 экз. Заказ 105.

Издатель и полиграфическое исполнение
государственное учреждение образования
«Республиканский институт высшей школы».
Свидетельство о государственной регистрации
издателя, изготовителя, распространителя
печатных изданий № 1/174 от 12.02.2014.
Ул. Московская, 15, 220007, г. Минск.