

объеме, то при тех же условиях ВВП составит около 54 млрд долл., приблизительно как в 2017 г. Рост ВВП может начаться даже при цене нефти в 45 долл. за баррель, но при условии высокого курса белорусского рубля к российскому – менее 3,2 BYN за 100 RUR – в этом случае ВВП поднимется выше 62 млрд. долл.

Заключение. Сегодня, когда цена нефти установилась ниже 40 долларов за баррель, рассчитывать на рост спроса на российском рынке не приходится, поэтому белорусские продукты будут испытывать жесткую ценовую конкуренцию со стороны российских и импортных аналогов. Курс белорусского рубля к российскому поднимать можно, но тогда белорусские продукты должны продаваться в России со скидкой, дешевле чем на отечественном рынке. Важное значение в условиях коллапса нефтяных цен имеет диверсификация экспорта, особенно его рост за пределы стран СНГ. Например, доходы от продажи компьютерных услуг измеряются в долларах, не зависят от цены нефти и состояния экономики СНГ, поэтому вносят значимый вклад в обеспечение финансовой стабильности. Диверсификации рынков позволила бы несколько укрепить курс белорусского рубля по отношению к российскому. Кроме того, весьма важные и рискованные инструменты находятся в руках Нацбанка: ограниченное денежное стимулирование при стабильном курсе могло бы поддержать внутренний спрос и предотвратить спад ВВП.

Литература

1. Платежный баланс, международная инвестиционная позиция и валовой внешний долг Республики Беларусь за 2018 г.: предварительные данные. – Минск, Национальный банк Республики Беларусь, 2019, с. 39-48.

2. Демиденко М., Кузнецов А. Факторы и структура роста белорусской экономики // Банкаўскі веснік, 2010, №10, с. 11 – 19.

3. Вукаў А., Ghodsi A., Nezhadhossein H. Impact of oil prices on Russian ruble on condition of floating exchange rate regime / The 5th International Virtual Scientific Conference on Informatics and Management Sciences. March, 21. - 25. 2016, www.ictic.sk, pp. 67-69.

УДК 332.055.2

ИНТЕГРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В РЕГИОНАЛЬНОМ СТРОИТЕЛЬНОМ КОМПЛЕКСЕ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

д-р экон. наук., профессор В.П. Грахов, канд. экон. наук, доцент С.А. Мохначев, канд. пед. наук, доцент Ю.Г. Кислякова, У.Ф. Симакова, ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова», г. Ижевск, Россия

Резюме – в статье анализируется характер современного интегративного управления в строительном комплексе региона и поднимается вопрос решения системной проблемы разрыва в едином инновационном цикле путем создания межвузовских инновационных комплексов. Актуальность данной статьи заключается в том, что формирование взаимовыгодного сотрудничества сторон в рамках межвузовского инновационного комплекса повлияет в дальнейшем на создания благоприятного инновационного климата в регионе.

Введение. В современной России наука и технологии являются одним из инструментов для ответа на большие вызовы, систему которых формирует комплекс внешних и внутренних факторов. В соответствии со Стратегией научно-технологического развития Российской Федерации ученые решают задачи, которые обеспечат возможность эффективного ответа российского общества на большие вызовы с учетом взаимодействия человека и природы, человека и технологий, социальных институтов на современном этапе глобального развития, в том числе, применяя методы гуманитарных и социальных наук. В зарубежных и отечественных научных публикациях стала актуальной тема цифрового сегмента экономики в силу произошедших качественных изменений в экономике и обществе. Новые технологии и платформы позволяют менеджменту организаций различных отраслей сокращать транзакционные издержки взаимодействия во все больших масштабах и осуществлять более тесный контакт с хозяйствующими субъектами и государственными структурами. В результате формируется основанная на сетевых сервисах экономика, то есть цифровая, или электронная. Отмечается, что наиболее эффективно цифровая экономика функционирует на рынках с большим количеством участников и высоким уровнем проникновения ИКТ-услуг [1, с.17].

Основная часть. Результаты теоретического анализа и оценка мнения экспертов (Андреевой Г.С. [2], Белоусовой Е.М. [3], Голубовой О.С. [4], авторов данной статьи [5], Граховой Е.В. [6,7], Иванова М.Ф. с соавторами [8], Никулиной О.В., Яковлевой Е.Н. [9]) относительно экономического развития организаций строительного комплекса свидетельствуют о необходимости совершенствования в них интегративного управления. Основу интегративного управления в региональном строительном комплексе составляет сетевой подход к организации деятельности бизнес-субъектов инвестиционно-строительной сферы и наметившиеся тенденции к глобализации рынков, а также процессы внутри межотраслевой интеграции.

Основные уровни взаимосвязей строительной компании в региональном строительном комплексе могут быть представлены следующими видами взаимодействия (табл.1).

Современные строительные компании формируют интегративное управление для того, чтобы осуществить интеграцию (пространственную или отраслевую). Маркетинг-менеджмент, в этом случае, выступает в качестве инструментальной базы, применение которой соответствует задачам интеграции. Маркетинг-менеджмент как особый вид управления организациями может выступать в качестве: основы для создания и функционирования

целостной системы управления инвестиционно-строительным комплексом; инструмента, используемого системой интегративного управления [10].

Отметим, что на современном этапе развитие маркетинга взаимодействия предполагает совершенствование маркетинговой деятельности строительной компании за счет учета интересов всех субъектов взаимоотношений. Авторами статьи выявлено, что развитие маркетинга взаимодействие строительных организаций региона направлено на формирование взаимоотношений со следующими группами субъектов: органами государственной власти, посредниками, средствами массовой информации и конкурентами. По каждому направлению взаимодействия строительная компания предусматривает проведение конкретных мероприятий, определяя по каждому из них объем расходов, плановые показатели и период реализации [11].

Таблица 1–Уровни взаимосвязей строительной компании

Сторона, с которой взаимодействует строительная компания	Характер отношений
государственные органы	Анализ взаимодействия строительной компании с государственными органами позволили разделить их на три группы в зависимости от характера взаимодействия: контролирующее, регулирующее и обеспечивающие.
конкуренты	Диапазон взаимодействия широк – от конкуренции до формирования временных союзов между строительными компаниями для достижения общих целей, создания партнерств.
финансовые учреждения	Отношения на данном уровне являются долгосрочными и, как правило, привлекается один банк партнёр.
научно–исследовательские институты или проектно-исследовательские организации	Отношения определяются спецификой реализуемых строительной компанией проектов
поставщик	Отношения с поставщиками играют ведущую роль при реализации проекта возведения нового строительного объекта, т.к. с их помощью появляется возможность покупки и доставки строительных материалов.
потребитель	Важность налаживания отношений с потребителями как конечным звеном в выстраивании деловых связей определяется тем, что именно потребитель в дальнейшем использует строительные объекты.
контактные аудитории, в том числе, средства массовой информации	Отношения данного уровня могут повлиять на формирование имиджа строительной компании.
подрядная организация	Отношения с подрядными организациями позволяют обеспечивать своевременную реализацию инвестиционно-строительных проектов.

Однако стремительное развитие инновационной экономики и её составной части – цифровой экономики, требует тесного взаимодействия научных организаций, вузов и предприятий реального сектора региональной экономики. Отметим, что В.В. Путин 17 октября 2006 года на заседании Совета при Президенте Российской Федерации по науке, технологиям и образованию в своем выступлении констатировал, что «...мы имеем дело с системной проблемой, с разрывом единого инновационного цикла – от подготовки кадров для исследовательской деятельности до внедрения в производство новых технологий. Наука, образование и промышленность в значительной степени развиваются у нас сами по себе. И такая отчужденность ведет к размыванию конкурентного потенциала каждой из этих сфер». Эти слова в полной мере относятся и к российским регионам.

Авторы статьи считают, что одним из путей решения системной проблемы в едином инновационном цикле является формирование межвузовских инновационных комплексов. Свою деятельность эти структуры осуществляют, интегрируя возможности нескольких вузов, расположенных не только в конкретном городе, но и в регионе, а также задействуют потенциал финансовых организаций и органов власти и управления, местных и региональных научно-исследовательских институтов, конструкторских бюро и предприятий. Отметим, что в истории отечественной высшей школы подобные межвузовские структуры создавались, однако строго на условиях государственного плана и найма. В современной инновационной экономике их назначение состоит в том, чтобы мотивировать творчество и предприимчивость субъектов в инновационной сфере. Речь идет о добровольном объединении ресурсов вузов и других участников в целях повышения эффективности и практической направленности научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, проводимых в вузах-учредителях, содействие формированию новых фирм и компаний, создаваемых при участии преподавателей, ученых, инженеров, аспирантов и студентов вузов и других лиц, ускорение внедрения инноваций, а также создание инфраструктуры поддержки инновационной деятельности в виде традиционного инкубатора бизнеса и виртуального научно-технологического парка [12].

Относительно назначения межвузовского инновационного комплекса можно отметить, что виртуальная среда открывает данную структуру международному сообществу, обеспечивает решение вопросов коммерциализации результатов научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ на международном уровне. Гибкое объединение ресурсов: интеллектуальных, информационных, компьютерных, телекоммуникационных и т.д.

создает единое информационно-интеллектуальное пространство. Благодаря участию в межвузовском инновационном комплексе повышается вклад каждого вуз-учредителя в увеличение значимости высшей школы на различных уровнях. Предназначение межвузовского инновационного комплекса состоит в воссоздании и поддержке инновационного предпринимательства в сфере науки, техники, технологии и научно-технического обслуживания, а его деятельность как инфраструктуры поддержки инновационной деятельности позволит рационально и экономно распорядиться силами и средствами вузов и других заинтересованных сторон.

Заключение. Создание в регионах в условиях инновационного развития и цифровизации экономики межвузовских инновационных комплексов, объединяющих ресурсы вузов и других заинтересованных сторон, позволит реализовывать комплекс мер по активизации решения социально-экономических региональных проблем, созданию инфраструктуры поддержки инновационной деятельности, повышению конкурентоспособности не только вузов, но и муниципальных образований и регионов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Панышин Б. Цифровая экономика: особенности и тенденции развития / Б. Панышин // Наука и инновации. 2016. Т.3. № 157. С. 17-20.
2. Андреева Г.С. Вопросы оценки финансово-экономической устойчивости и надежности функционирования строительных организаций в условиях развития отраслевого саморегулирования / Г.С. Андреева // Инновации и инвестиции. 2018. № 1. С. 19-23.
3. Белоусова Е.М. Управление реконструкцией недвижимости: факторы и принципы / Е.М. Белоусова // Экономические аспекты управления строительным комплексом в современных условиях: сборник статей. Самара: СГАСУ. 2016. С. 219-223.
4. Голубова О.С. Подходы к оценке экономической эффективности в инвестиционно-строительной сфере деятельности / О.С. Голубова // Социально-экономическое управление: теория и практика. 2019. № 3 (38). С. 7-10.
5. Грахов В.П. Особенности государственной поддержки жилищного строительства в регионе / В.П. Грахов, С.А. Мохначев, Ю.Г. Кислякова, У.Ф. Симакова // Север и рынок: формирование экономического порядка. 2016. № 1 (48). С. 21-29.
6. Грахова Е.В. Анализ факторов рисков инвестиционной деятельности в строительной отрасли Российской Федерации / Е.В. Грахова, И.В. Напольских, Д.В. Напольских // Социально-экономическое управление: теория и практика. 2018. № 1 (32). С. 88-90.
7. Грахова Е.В. Проблемы саморегулируемой организации в строительстве / Е.В. Грахова, М.А. Силин // Социально-экономическое управление: теория и практика. 2018. № 2 (33). С. 93-96.
8. Иванов М.Ф., Балабенко Е.В., Коросташовец А.В. Экономическая устойчивость как инструмент антикризисного управления, обеспечивающий социально-экономическое развитие строительного предприятия // Экономика строительства и городского хозяйства. 2019. Т. 15. № 1. С. 53-60.
9. Никулина О.В. Экономическая безопасность строительной компании в аспекте расходования средств и финансово-экономической устойчивости / О.В. Никулина, Е.Н. Яковлева // Инженерный вестник Дона. 2017. № 4 (47). С. 217.
10. Грахов В.П. Информационное обеспечение механизмов реализации маркетинг-менеджмента в инвестиционно-строительном комплексе региона / В.П. Грахов // Экономическое возрождение России. 2008. № 4 (18). С. 60-66.
11. Грахов В.П. Особенности обеспечения экономической устойчивости строительных организаций региона в условиях больших вызовов / В.П. Грахов, С.А. Мохначев, Ю.Г. Кислякова, У.Ф. Симакова // Современные тенденции управления и экономики в России и мире: цивилизационный аспект. Сборник научных статей и докладов I Международной научно-практической конференции, 19 декабря 2019 года, Институт мировых цивилизаций. М.: 2020.
12. Шукшунов В.Е. Пришло время создания в России виртуальных университетских технопарков / В.Е. Шукшунов, А.А. Сенин. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://innovbusiness.ru/content/document_r_9C49A9BD-8F6B-4065-8128-D156C9BB9153.html (дата обращения 10.02.2020)

УДК 339.138

ЭЛЕКТРОННЫЕ ТОРГОВЫЕ ПЛОЩАДКИ КАК ИНСТРУМЕНТ АКТИВИЗАЦИИ ЭКСПОРТА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

д-р. экон. наук, профессор, чл.-корр. НАН Беларуси А.Е. Дайнеко, ФММП БНТУ, г.Минск

Резюме - электронная коммерция является важнейшей формой сетевой экономики, которая определяет содержание перехода мировой экономики к новому этапу – циклу цифрового экономического развития. Присущие ей институциональные особенности обуславливают не только трансформацию концепции маркетинга, но и всего процесса товародвижения в глобальном экономическом пространстве.

Ключевые слова: торговые интернет-площадки, электронная коммерция, экспортный маркетинг.