

тия. Оборотные средства включают: производственные запасы – сырьё, топливо, полуфабрикаты, тара, вспомогательные материалы, запасные части, инвентарь и т.д.; незавершенное производство - предметы труда, которые ещё находятся в стадии производстве; полуфабрикаты собственного производства - предметы труда, которые полностью обработаны в одном из подразделений предприятия, но нуждаются в дальнейшей обработке в других подразделениях предприятия; расходы будущих периодов. К ним относятся затраты на рационализаторство, освоение новой продукции, изобретательство которые будут использованы в будущем [2].

Трудовые ресурсы предприятия – это персонал (кадры) с соответствующим уровнем интеллектуальных и деловых качеств, а также обладающий способностью к труду и необходимой квалификацией. В зависимости от участия в производстве трудовые ресурсы делится на две группы:

1) промышленно-производственный персонал – кадры (работники), связанный с обслуживанием производственных процессов и самим производством. Это: рабочие – те, кто непосредственно занят на производстве или оказанием различного вида услуг (как производственных, так и транспортных); специалисты – это бухгалтера, экономисты, техники, механики, социологи, художники, товароведы, технологи и др.; служащие: снабженцы, референты, кассиры, архивариусы, делопроизводители и др.;

2) непромышленный персонал - работники общественного питания, медики, работники ЖКХ, работники детских и врачебно-санитарных учреждений, принадлежащих предприятию.

Для персонала предприятий характерны следующие компетенции: профессиональные, социальные и деловые. Профессиональные компетенции – это сочетание умений и навыков для выполнения определенного вида трудовой деятельности. Социальные компетенции – это умения, навыки и способности налаживать внутренние связи, а деловые компетенции – это умение налаживать внешние связи для успешного ведения бизнеса [3].

Производственные ресурсы предприятия являются основной предпосылкой для успешного развития научно-технического прогресса. Изучая тему производственных ресурсов, мы пришли к выводу: чем выше уровень технико-экономического потенциала, тем материально-техническая база технологического прогресса предприятия мощнее, а соответственно, больше возможностей для внедрения его достижений, для улучшения и увеличения размеров производственного потенциала предприятия. Эти элементы дополняют и развивают друг друга.

Заключение. Таким образом, главный итог работы любого предприятия зависит от наличия производственных ресурсов и их эффективного использования. Несмотря на то, что вопросы эффективности ресурсов широко охвачены в научных исследованиях, ещё недостаточно разработаны алгоритмы для реализации практических рекомендаций.

ЛИТЕРАТУРА

1. Володько, О.В. Экономика организации: учеб. пособие/ О.В. Володько, Р.Н. Грабар, Т.В. Зглюй, под ред. О.В. Володько, 2-е изд., испр. и доп. – Минск: Вышэйшая школа, 2015. – 399 с.
2. Головачев, А.С. Экономика предприятия. В 2 ч. Ч 1: учеб. пособие/ А. С. Головачев - Минск: Выш. шк., 2008. – 447 с.

УДК 338

РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

А. В. Миналто, А. Ю. Пинчук, В. Ю. Цветкова, студенты группы 105072017 ФММП БНТУ, научный руководитель – канд. экон. наук., доцент Н. В. Жудро

Резюме – В статье описаны различные аспекты влияния инновационной деятельности и инноваций в целом на экономику и общество, так же на примерах показана неотъемлемость инноваций в современном мире.

Resume – The article describes various aspects of the impact of innovative activities and innovation as a whole on economy and society; there're examples of the innovation inherence in the modern world too.

Введение. Стремительные темпы развития современного общества объясняют повышенный интерес к инновационным технологиям. Применение на практике новых идей и новых технологий оказывает содействие процветанию экономики и социальному развитию человечества. В наше время появление чего-то нового, особенно является важнейшей частью общественной жизни.

Основная часть. Деятельность, связанная с инновациями, ведёт к формированию технологического метода производства, способствуя таким образом развитию значительной экономии ресурсов, а также к разработке новейшего продукта высокого качества. В рыночной экономике одно из самых главных условий повышения конкурентоспособности - это инновации. Следовательно, при помощи инноваций происходит освоение новых рынков.

Если реализация инновационных идей оказывает колоссальное влияние на решение конкретных стратегических решений, то её значение для компании велико. Из вышеперечисленного следует, что определение «инновация» в большей мере является экономическим и социальным аспектом, чем техническим. [1]

Однако, и в современном мире не существует точного определения понятия «инновация». Сам термин «инновация» обладает большим количеством значений. И всё же можно точно сказать, что инновация - это резуль-

тат творческой деятельности, или же деятельность, связанная с внедрением новшеств. С одной стороны, «инновация» – это объект, который внедрен в производство в результате проведенного научного исследования, качественно отличающийся от предшествующего аналога. С другой стороны, в процесс «инновации» входят научная, технологическая, организационная и финансовая деятельность, которые приводят к коммерческому внедрению нового продукта или производственного процесса.

Делая выводы можно сказать, что главные свойства научно-технических инноваций - высокая степень новизны, способность к материализации в производстве для получения прибыли, чтобы быть способным удовлетворить те или иные нужды, а также практическая применимость в различных областях деятельности. Таким образом, если новая идея не пользуется спросом в применяемых на практике продуктах, процессах, услугах, то она не является инновацией. [2]

Мы хотели бы рассказать о инновациях, которые изобрели достаточно давно, и которые имеют большую ценность в наше время:

1. Моментальная фотография

В ходе изучения такого явления, как поляризация света, американский ученый Э. Г. Лэнд 40-е годы сумел найти способ подавлять появление бликов в линзах, используемых в очках или военной оптике. Однажды его дочь поинтересовалась, почему невозможно увидеть изображение моментально после того, как её отсняли. Объяснения для дочери и натолкнули Лэнда на самое главное открытие. Проведя немало времени за изучением неполяризованных светофильтров, Лэнд удалось получить фотокамеру, которая в тот же момент проявляет снимки. Так и появилась камера Polaroid, благодаря которой профессионалам не нужно было тратить много времени для проверки своих работ, и миллионеры, для которых делались снимки, были полностью довольны быстрым результатом. С появлением новых технологий, при которых можно сделать снимок на телефонную трубку, фотокамеры Polaroid перестали быть популярными.

2. Кардиостимулятор (1958)

Однажды американский ученый У. Грейтбэтч по ошибке воспользовался не тем резистором для оборудования, отслеживавшего ритм сердца. Аппарат со вставленным резистором стал копировать сердечный ритм, это было заметно благодаря испускаемым импульсам. Грейтбэтч, предварительно выбрав дизайн, собственноручно в сарае сделал 50 электрокардиостимуляторов. По истечению некоторого времени аппарат был апробирован на собаках, и лишь после этого на человеке.

3. Подгузники (1961)

Довольно продолжительный период времени Виктор Миллс (1896–1997), который работал в компании Procter & Gamble, разрабатывал большое количество лакомств, а именно, арахисовое масла Jif, смесь для выпечки кексов Duncan Hines и картофельных снегов Pringles. Но настоящего успеха он достиг, когда ему поручили заняться изобретением новых изделий из бумаги. Миллс вместе с другими исследователями додумались соединить впитывающий слой с непромокаемой пленкой. Продукт, который они получили, дал начало производству одноразовых подгузников. Сегодня данный рынок был оценён в \$17 млрд.

4. Защита персональных данных (прав потребителей) (1965)

Когда Ральф Нэйдер – гроза американских корпораций – в одной из своих книг охарактеризовал автомобили компании General Motors, как «опасные на любой скорости», конгресс США издал «Закон о безопасности движения автомобилей». Кроме того работа Нэйдера послужила вдохновением для борьбы с «грехами» корпораций. Благодаря этому был создан рынок для адвокатов, которые защищают физическое лицо по отношению к юридическому.

5. Модем (1962)

Интернет не может работать без модема. Почему он необходим? Модем разработан для обмена данных между системами противозвушной обороны Северной Америки. Благодаря Модулятору-Демодулятору стало возможным обмениваться данными между ПК, преобразовывая данные в аналоговый сигнал. Первый коммерческий экземпляр модели AT&T обладал возможностью передачи данных со скоростью 300 бит в секунду. Но прогресс не стоит на месте и в современных модемах для кабельных линий скорость передачи - миллионы бит в секунду.

6. Менеджмент (1923)

Основоположником корпоративного управления в современном менеджменте стал генеральный директор компании General Motors Альфред П. Слоун. Чтобы спасти компанию General Motors, он создал сбалансированную структуру управления с независимым советом директоров. Также был расщеплен процесс утверждения решений, определены роли каждого отдела и их обязанности, а также закреплены четкие экономические задачи. Позже данный метод был копирован множеством компаний. [3]

В наше время инновации являются обязательной составляющей всех областей жизнедеятельности общества. В рыночной экономике инновации являются сильными антикризисными факторами. Это связано с внедрением современных технологий, современных видов техники и, конечно же, современных методов организации управления и производства приводит к уменьшению производственных затрат, к уменьшению цен и, следовательно, к увеличению прибыли, к стимулированию новых потребностей, к росту репутации какой-либо компании, а также к завоеванию неосвоенных рынков сбыта.

Заключение. Значимость инноваций в современном обществе невозможно переоценить. Инновации выполняют множество функций: экономическую, социальную, затрагивают все стороны жизни общества, а также вопросы каждой личности. В будущем без инноваций невозможно представить развитие человечества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Голубова, О.С. Проблемы государственного регулирования и пути совершенствования инновационного развития промышленных организаций / О.С. Голубова, А.Н. Сидоров // Экономика и управление. – 2014. – №2(38). – С. 49-52.

2. Классификации инноваций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.monographies.ru>. – Дата доступа : 25.02.2020

3. Вольский, А. Инновационный фактор обеспечения устойчивого экономического развития / А. Вольский // Вопросы экономики. — 2014. - №1. - С.4-12.

УДК 339.138

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ РОСТА

*Д.С. Нежевец, В.М. Усюкевич, студенты группы 10504219 ФММП БНТУ
научный руководитель - старший преподаватель В.А. Кудряцев*

Резюме – В этой статье мы изложили основные стратегии развития предприятия, их назначения, использование, привели удачные примеры бизнесов, которые ими воспользовались.

Summary – In this article, we have outlined the main strategies for enterprise development, their purpose, use, and good examples of businesses that have used them.

Введение. Понятие маркетинга представляет собой особый вид человеческой деятельности, который нацелен на удовлетворение потребностей и нужд человека через обмен. Современный подход предлагает рассматривать маркетинг в качестве особенной философии бизнеса.

Стратегический характер маркетинга обоснован необходимостью исследования рыночных возможностей и вероятностей предприятия. Конечным итогом стратегического маркетинга выступает разработка рекламных стратегий и тактик.

Маркетинговая стратегия – комплекс принципов, которые помогают предприятию сформировать цели маркетинга и реализацию этих целей на рынке.

Основная часть. Чтобы придерживаться правильной стратегии роста, её нужно правильно определить.

Разработка стратегии:

- выбрать одно или несколько альтернативных вариантов решений, которое приведет к реализации поставленной цели;
- осуществить контроль за положением предприятия в общем экономическом пространстве и исследовать сильные и слабые стороны предприятия, а также возможности и угрозы в условиях внешних ограничений;
- составить портрет потенциального клиента и изучить его потребности;
- осуществить долгосрочный подход к планированию достижения устойчивого конкурентного преимущества, которое обеспечит достижение целей предприятия;
- разработать комплексный документ рекламной активности предприятия;
- проверять исполнение функций управления, которые предназначены для достижения целей предприятия.

Требования к стратегиям:

- формулировка должна быть четкой;
- нужно учитывать требования рынка;
- они должны быть распределены на краткосрочные и долгосрочные;
- учитывать ограниченность ресурсов.

Нужно обязательно определить текущую стратегию для того, чтобы понять будущее состояние предприятия. Стратегии делятся на несколько групп. Первая группа:

- стратегия усиления позиций на рынке;
- стратегия развития продукта;
- стратегия развития рынка [1].

Удачный пример применения этих стратегий - компания Johnson & Johnson, у которой получилось привлечь внимание к покупке детского шампуня.

Чтобы применить стратегию усиления на рынке нужно работать так, чтобы продукт смог поднять рейтинги и захватить доминирующее место на рынке. Стратегия развития рынка нужна для расширения рынка, исследования новых мест продажи производимого продукта. Чтобы сбыть продукт на рынке, на котором он уже существует, нужна стратегия развития продукта. Но нужно улучшить товар и сделать его подходящим для условий рынка.