

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАТИКИ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ**

**ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВА:
ИННОВАЦИИ, ИНФОРМАТИЗАЦИЯ,
СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД**

**МЕЖДУНАРОДНАЯ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
(г. Минск, 22–23 апреля 2008 г)**

Тезисы докладов

**МИНСК
«ПАРАДОКС»
2008**

УДК 338.1:[001.895+004](043.2)
ББК 65.9я43
Э40

Под общей редакцией *Е. Н. Живицкой, В. А. Пархименко*

Издание подготовлено при участии Информационно-просветительского учреждения «Новая Евразия»

Экономическое развитие общества: инновации, информатизация, системный подход : междунар. науч.-практ. конф. (Минск, 22–23 апр. 2008 г.) : тез. докл. / М-во образ. Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т информатики и радиоэлектроники ; под общ. ред. Е. Н. Живицкой, В. А. Пархименко. – Минск : Парадокс, 2008. 496 с. : ил.

ISBN 978-985-451-206-8.

В сборник включены материалы международной научно-практической конференции, посвященной экономическому развитию общества: инновациям, информатизации, системному подходу.

Сборник предназначен участникам конференции, научным сотрудникам и специалистам в области менеджмента инноваций, информационных технологий и экономики.

УДК 338.1:[001.895+004](043.2)
ББК 65.9я43

ISBN 978-985-451-206-8

© БГУИР, 2008.

© Оформление. ООО «Парадокс», 2008.

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ

Н. Е. ГЕРМАНОВИЧ

Понятие территориальной конкуренции базируется на теории конкуренции предприятий, понимаемой как соревнование между районами и городами, областями, в их стремлении «завоевать» различные целевые группы потребителей местных ресурсов и условий жизнедеятельности. Конкуренция городов и пригородных районов во всем мире возрастает, и адекватной реакцией на эти процессы со стороны местных властей могут быть только усилия по достижению и сохранению конкурентных преимуществ на основе использования конкурентных стратегий для всех целевых групп.

Под конкурентоспособностью территориальных образований следует понимать способность удовлетворить целевые группы потребителей территории и улучшить их условия жизнедеятельности, а также возможность эффективного размещения внутренних субъектов относительно внешних субъектов маркетинга территории. [1]

Этапы анализа конкурентоспособности территориальных образований можно систематизировать в определенной последовательности. Субъекты управления включают следующие элементы:

1. Конкуренция территориального образования;
2. Изучение потребителей (субъектов территории);
3. Исследование факторов конкурентоспособности;
4. Оценка уровня конкурентоспособности
5. Разработка стратегии повышения конкурентоспособности;
6. Разработка программы продвижения территориального образования;
7. Конкурентоспособное территориальное образование.

В большинстве случаев конкурентоспособность территории направлена на привлечение недостающих ресурсов и заказов на продукцию.

Наглядной формой представления о конкурентных преимуществах территориальных образований, можно представить позиционную карту в виде последовательности некоторых шагов:

– размеренность – включает в себя: инфраструктуру транспортных путей, географическое расположение, количество проживающего населения, промышленно-экономические и сельскохозяйственно-экономические показатели, историко-культурные показатели. Содержание шага включает в себя – дифференцировать различные территориальные образования;

– классификация – включает в себя: сильные, средние и слабые позиции конкурентных преимуществ территориальных образований. Содержание шага – на основе предварительного исследования и анализа классифицировать территориальные образования в соответствии с заданными характеристиками;

– объединение – включает в себя: стратегические группы конкурентов со схожими конкурентными преимуществами – для определения уровней конкурентов. Содержание этого шага – территориальные образования со схожими характеристиками можно объединить в стратегические группы. Построение позиционных карт.

Построение позиционных карт территориальных образований поможет сравнить конкурентные преимущества территориальных образований.

Объективная оценка конкурентного преимущества может позволить эффективно использовать его для повышения уровня конкурентоспособности территориальных образований.

В настоящее время к общепринятым видам конкурентных преимуществ территориальных образований необходимо добавить и коммуникационные преимущества, которые создаются с помощью интерактивных маркетинговых коммуникаций. Одна из ключевых задач, определяющих степень успешности стратегии развития территориальных образований, – оценка привлекательности территориальных образований. [2]

Каждая территория представлена набором выгод, в виде предложения. В предложение включены нужды территориальных образований, поэтому оно рассматривается как совокупность продукции и услуг (со своими характеристиками) как комплекс преимуществ, которые территориальное образование может предложить своим потребителям. Предложение территориального образования должно, кроме того, отличаться запасом конкурентоспособности, а включая поддержку местного самоуправления – наличием службы по работе с клиентами, финансовым пакетом, послепродажным обслуживанием.

При формировании предложения важную роль играет маркетинг территории. Процесс продвижения предложения территориальных образований становится более эффективным, если осуществлять маркетинговые и использовать программу продвижения.

Программа продвижения территориальных образований отражает суть маркетинговой стратегии, направленной на поддержание и повышение уровня конкурентоспособности. Она направлена на решение таких задач, как: привлечение частных инвесторов, создание новых рабочих мест, обеспечение населения территории различными видами услуг (торговля, лизинговые, банковские, консалтинговые, Интернет-услуги), формирование положительного имиджа и укрепление экономики территориального образования в целом. [3] Можно предложить один из вариантов такой системы, включающей в себя ряд последовательных операций, а именно: 1) Управление маркетингом территории, формирование предложения территориального образования; 2) Разработка стратегии развития территориального образования; 3) Программа продвижения территориального образования, которая включает в себя: выбор целей и задач продвижения, планирование бюджета, распределение бюджета, определение элементов фирменного стиля, выбор средств продвижения, выбор целевой группы, календарное планирование, распределение бюджета по месяцам, оценка эффективности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Салий В. В., Теренина Н. Л. Продвижение «предложения» территориальными образованиями / Российское предпринимательство. – 2007. – № 4. – 0,19 п. л.

2. Теренина Н.Л. Некоторые теоретические аспекты конкуренции // Актуальные проблемы современного бизнес-пространства: Сборник научных трудов. Вып. I / Под ред. Л. В. Нюренбергер. – Новосибирск: НГУЭУ, 2004. – С. 185–189. – 0,25 п. л.

3. Теренина Н. Л. Конкурентоспособность территориальных образований // Экономика и бизнес: позиция молодых ученых: Материалы международной конференции. – Барнаул: АзБука, 2005. – С. 309–313. – 0,25 п. л.

СОДЕРЖАНИЕ

ПРОГРАММА МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ	5
ИННОВАЦИИ	7
Prof. Dr. Volker Ronge. Innovations, regional clusters – and universities	8
Е. В. Аксенова. Система управления инновационным процессом	11
М. С. Александрёнок. Развитие системы управления инновационной деятельностью предприятия	14
Э. А. Афитов. Организация планирования инновационной деятельности предприятий	16
О. В. Богданович. Мотивация персонала промоционной сети как инструмент развития инновационной активности	22
Н. Д. Бостынец. Расширение инфраструктуры инновационной деятельности – важнейшее направление развития Республики Беларусь	25
В. И. Бричковский. Информационное обеспечение мониторинга инновационной деятельности	28
Т. В. Будкевич. Обоснование выбора объекта оценки качества образовательных услуг высшей школы в условиях инновационной экономики	32
Ван Син. Инновационное развитие современного Китая	36
В. Ф. Байнев, Е. А. Дадеркина. Устойчивое развитие и научно-технический прогресс: полезностная оценка	39
Е. И. Забелла. Повышение эффективности проведения приемной кампании в высшие учебные заведения Республики Беларусь с использованием информационно- аналитической системы сопровождения	43
О. В. Заборовская, И. В. Баранова. Проблемы государственного регулирования российской системы образования	47
Л. М. Злотникова. Инновационная политика как основа развития человеческого капитала	51
А. И. Змитрович, А. В. Кривко-Красько, Л. А. Крино. Информационные технологии в подготовке специалистов в области экономики и управления	55
Е. А. Игнатова, Е. Э. Пуровская. Проблемы перехода белорусской экономики на инновационный путь развития	58
Л. А. Ильина. Человеческие ресурсы как фактор, обеспечивающий экономический рост государства	61
Т. Г. Климович. Методологические аспекты повышения эффективности научного труда	65
Т. Г. Климович. Механизм финансирования инновационной деятельности в Республике Беларусь	68

О. А. Кушневa. Формирование финансовой стратегии предприятия с использованием аутсорсинга	71
О. Р. Левшицкая. Направления совершенствования деятельности торговых организаций Республики Беларусь	75
Ж. И. Логвинова. Использование информационных технологий в управлении изменениями	78
И. В. Марахина. Менеджмент знаний как ключевой элемент интеллектуальной организации	82
В. П. Марьяненко. Системность национальной инновационной среды: современные реалии и перспективы возрождения	86
П. Г. Никитенко. О концептуальных подходах по совершенствованию хозяйственного механизма и налоговой системы в контексте формирования белорусской модели социально-экономического развития и ноосферной экономики	90
О. Э. Овчинникова. Роль психолога в работе современной организации	96
О. А. Паршутич. Пути развития инновационного потенциала Брестского региона	99
В. П. Пашуто. Пути усиления координации образования, науки и производства	102
Е. В. Полякова. Социальный капитал как механизм координации образования, науки и производства	105
Е. В. Путилина. Создание технологической основы информационного общества: основные действия государства	108
Д. Г. Родионов. Формирование стратегии развития предприятия сервиса на основе кластерного подхода	112
И. М. Рыковский. Катализаторы менеджмента знаний	116
В. В. Семенчук. Кластерный подход к развитию инновационной деятельности	120
Ф. А. Сенин. К теории сетевой межфирменной организации	124
А. А. Слонимский. Малые инновационные предприятия в белорусской экономике	128
Н. А. Стекольниковa. Стратегический маркетинг и стратегическое управление интеллектуальной собственностью	131
А. В. Сукачева. Формирование и развитие рынка новых технологий	134
Т. А. Шердакова. Управление интеллектуальным капиталом – стратегическое направление менеджмента в новой экономике	138
Д. Б. Штрикова, О. Ю. Калмыкова. Совершенствование оценки персонала	141
Г. А. Яшева. Кластеры как инструмент активизации инновационного развития предприятий	145

ИНФОРМАТИЗАЦИЯ	149
Ernest R. Cadotte, Miroslav Faktor, Peter Matis. Learning assurance from business simulation	150
A. Kaklauskas, G. Kaklauskas. Knowledge-based electronic commerce systems: brita in pubs project case study.	156
Vitaly Levashenko, Štefan Kovalik. Information-theoretic approach to data reparation	160
Alexey Tsymbal. Visualizing patient similarity in clinical decision support	163
Е. Зайцева, В. Левашенко. Исследование надежности информационных систем с несколькими уровнями работоспособности	166
В. Ф. Алексеев, В. И. Журавлев, В. И. Лакин. Автоматизация стратегического прогнозирования и планирования технико-экономических показателей в маркетинговых исследованиях	170
А. Э. Алёхина, Д. О. Кольцова. Эконометрический анализ пассажиropеpевозоk белорусской железной дороги	174
А. М. Баранов. Социальные тенденции развития информационной экономики	178
Ю. В. Бородаенко. Технологии интеграции корпоративных приложений	182
А. И. Горбачева. Проблемы бухгалтерского учета интернет-магазинов	185
В. Г. Горовой. Экономическая эффективность информационных технологий в управленческом процессе и экономике	188
А. А. Горюшкин. Программный метод выбора минимальной длительности цикла обслуживания технологического оборудования промышленным роботом	192
О. В. Гуринович. Модель принятия решений для управления системой распределения продукции	195
Е. С. Жебрун. Новые информационные технологии в деятельности малых и средних предприятий	198
Е. Н. Живицкая, Ю. А. Хвасько. Моделирование каналов распределения	201
Н. В. Киреенко. Электронная коммерция как форма ведения бизнеса	205
Н. С. Кожевников. Организация качества образования на основе интеграции информационно-коммуникационных технологий и предметов экономической специализации	209
В. Н. Комличенко, Е. Н. Унучек, Т. М. Унучек, А. В. Комличенко. Совершенствование обучения на основе процессного подхода и его автоматизации.	212

С. А. Кристиневич. Экономика знаний как особый этап развития информационного общества	216
В. И. Ляликова, И. А. Ляликова. Прогнозирование рентабельности регионального представительства страховой компании	219
Т. Е. Наганова. Практика правоприменения законодательства ОИС в Республике Беларусь	223
В. А. Палицын. Методологические основы оценки эффективности информационных технологий	227
С. А. Поттосина, И. В. Бачила. Математическое моделирование систем извлечения знаний при принятии решений о выдаче кредита	231
С. А. Поттосина, Т. А. Дуйнова. Программная поддержка оценки качества и моделирования поведения фондовых индексов	235
С. Е. Рагин. Электронная коммерция как инструмент повышения эффективности маркетинговой деятельности предприятия	239
Л. В. Рудикова. О подготовке специалистов экономического профиля в области информационных технологий	241
А. В. Сак, С. В. Наркевич. Стимулирование использования объектов интеллектуальной собственности	244
В. Е. Селезнев. Информационные технологии в трубопроводном транспорте на базе высокоточного компьютерного моделирования	246
Д. А. Сторожев. Использование Microsoft CRM и методов Data Mining для маркетингового анализа готенциальных сделок компании	250
В. М. Стреж. Проблема внедрения корпоративных информационных систем на белорусских предприятиях	254
Л. С. Стригалева. Экономико-энергетический аспект информационных технологий	257
Т. А. Ткалич. Модель управления ИС с позиций заинтересованных лиц	261
Т. А. Яценко. Проблема оценки эффективности электронной торговли	264
СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД	267
Radka Majerová. Effectiveness evaluating of human resources as dynamic process model	268
Vaira Gromule. Influence of information tehnologies on the development of bus terminal services	272
K. Matiasko, M. Zabovsky. Adaptive replication algorithm for mobile computers	275
Christopher P. Rée, Maria Zhivitskaya, Jessica L. B. Zuzik, Methods of payment in corporate mergers and acquisitions: economic growth and problems of restructuring an enterprise	278

Paul Rée, Jessica L. B. Zuzik. Countries do compete: competitiveness of countries as consequence of economic development	281
Song Gao, Maria Zhivitskaya. Impacts of privatization on manufacturing productive efficiency: evidence from China	284
Jaroslava Štáffenová. Learning Organization	288
K. Zabovska, M. Zabovsky. Solution for driver scheduling in public transportation	293
V. A. Zhelezko, O. A. Siniavskaya. Analytic hierarchy process based on qualitative experts estimations	297
Maria Zhivitskaya. Leadership and motivation of personnel within the innovation process	301
A. М. Авдеев. Пути оптимизации инвестиционной деятельности регионального предприятия руп «Белтелеком» (на примере Брестского филиала)	304
В. Ф. Алексеев, В. И. Журавлев, В. И. Лакин. Планирование и управление логистическими активностями на основе методов прогнозирования	306
В. Ф. Алексеев. Взаимосвязь операционного и логистического менеджмента в структуре маркетинговой и производственной стратегий фирмы	310
Н. Г. Баркова. Агротуризма в гродненской области	313
Г. П. Гагаринская, О. Ю. Калмыкова, А. С. Букреева. Кадровая политика современной организации	317
Г. П. Гагаринская, О. Ю. Калмыкова, А. С. Букреева. Стратегия управления персоналом на ООО «Самаравторцветмет»	321
В. А. Германова. Стратегия лояльности как основа увеличения доли рынка	325
Н. Е. Германович. Методика оценки конкурентоспособности территориальных образований	329
М. В. Голуб. Структурные преобразования в продовольственном комплекс в контексте формирования социально-ориентированной экономики	331
С. И. Горбачкий. Инвестиционный потенциал как показатель конкурентоспособности Брестской области	335
Л. А. Гузикова. Продуктовые инновации в деятельности банка	338
А. А. Докукина. Инструменты повышения экономической эффективности субъектов хозяйствования: современный подход и системный анализ	340
Н. П. Драгун. Взаимосвязь уровней выполнения предприятием социальных функций и его конкурентоспособности	344
В. Ф. Дудик. Конкурентоспособность Беларуси: позитивное влияние сотрудничества со странами Северо-Восточной Азии	348

Т. В. Елецких. Партнерство как основа устойчивого развития местного сообщества	351
Е. В. Ермакова. Эффективная социальная политика государства как функция управления экономикой	355
Е. Н. Живицкая, О. И. Швед. Принятие решений по применению логистического аутсорсинга на предприятии	358
В. И. Залуцкий. Использование системных подходов в современной логистике распределения промышленной продукции	362
И. М. Зборина. Конкурентные преимущества как основа регионального развития	366
Л. А. Истомина. Корпоративная социальная ответственность как инструмент улучшения бизнес-среды и условий привлечения инвестиций	370
И. А. Кисель. Налоговый аспект государственного стимулирования развития АПК в Республике Беларусь	373
Е. В. Клыкова. Проблемы реструктуризации сельскохозяйственных предприятий Курской области и факторы экономического роста	377
В. Н. Комличенко, Т. М. Унучек, Е. Н. Унучек, А. А. Здитовецкая. Сертификационный реинжиниринг как методология инновационного развития экономики	381
Т. В. Кузьмицкая. Системно-методологические подходы к исследованию трудовых отношений как компоненты социального капитала	385
Е. И. Литвинович. Комплексный подход к развитию туризма в регионе – основа и предпосылка успешного развития курортной отрасли и социальной устойчивости территории	388
О. Ф. Малашенкова. Роль государства в формировании венчурной системы	390
Н. А. Мацукевич. Повышение эффективности деятельности строительных предприятий на базе управления их инвестиционной активностью	394
А. Ю. Мышко, Т. Г. Пинчук. Регрессионные модели с переменными параметрами для оценки экономической информации	398
В. В. Мясинькая. Организация налогового аудита с использованием системного подхода	401
Е. А. Наумчик. Преимущества и недостатки лизинга по сравнению с другими формами приобретения оборудования	404
Л. И. Панова. Информационное обеспечение системы управления государственной собственностью	407
В. А. Пархименко. Иерархия процессов маркетинга	411
В. А. Пархименко. Метрика маркетингового результата и оплата труда	415

В. А. Пархименко.	
Теоретические аспекты организации маркетинга	419
О. В. Пашуто. Проблемы и перспективы развития биржевого рынка ценных бумаг в Республике Беларусь	423
Т. Г. Пинчук. Исследование остатков регрессионных моделей с использованием метода кумулятивных сумм	426
Пэнг Уэи Дзе. Теоретические подходы к измерению международной миграции и факторы порождающие эту миграцию	430
Д. М. Рагель. Формирование устойчивого состояния субъектов хозяйствования в отраслях с ограниченной конкуренцией	434
А. В. Сак, В. В. Верняховская.	
Стратегическое управление конкурентной позицией предприятия	437
В. С. Сергеюк. Интеграция как новый этап развития торгово-экономических отношений России и Беларуси	439
О. В. Сивенков.	
Стратегия формирования информационной инфраструктуры рынка деловых и консалтинговых услуг в Республике Беларусь	442
И. В. Смирнов. Технологический маркетинг как фактор ускорения динамики промышленного производства	445
Н. В. Сморишкова.	
Становление и развитие системы конкурентной информации	448
Ю. Г. Степин.	
Анализ и прогнозирование ситуации в социально-экономических системах на примере оценки сценариев развития факультета	451
О. С. Сывороткина. Системный подход к управлению человеческим капиталом в регионах России	454
А. В. Танина. Системный подход в управлении городским хозяйством мегаполиса	458
Е. Э. Титова. Высшее образование в условиях современного этапа интернационализации	462
Т. Г. Ткачик.	
Актуальные проблемы финансирования образовательной сферы	465
В. В. Углов.	
Организационно-экономический механизм внешнеторгового финансирования в странах с переходной экономикой	468
И. Н. Фролова. Оценка эффективности финансовых решений	472
М. А. Фролова. Имидж компании как фактор повышения конкурентоспособности предприятия	474
О. А. Хашковская. Условия формирования и реализации стратегии эффективного развития региона	478
О. Б. Цехан.	
Система компьютерного мониторинга успешности обучения	482
Н. В. Шинкевич. Системные аспекты программ реструктуризации промышленных предприятий Республики Беларусь	486