

Методы	Способы реализации методов на ОАО «БЭМЗ»
Применение дистанционного обучения работников для повыш. их квалификац. уровня без отрыва от производства	- Внедрение на предприятии комплекса программных средств для дистанционного обучения посредством Интернет технологий, например Сетевой образовательной платформы e-University.
Обеспечение новаторов материальными ресурсами	- Разработка на предприятии системы грантов и субсидий.
Стимулирование восприимчивости к переменам на предприятии	- Предоставление подробной информации о предстоящих изменениях путём проведения устных бесед, статей в ежемесячной малотиражной газете «Прогресс»; выпуск и распространение информационных листов.
Социально-психологический мониторинг условий новаторства и их совершенствование	- Проведение анкетирования работников предприятия перед значительными инновационными преобразованиями.
Стимулирование ускоренной менеджерской и/или инженерно-научной карьеры работников	- Разработка карьерного плана для сотрудников.

Таким образом, на примере ОАО «Брестский электромеханический завод» было выяснено, что в Республике Беларусь существует достаточное количество проблем мотивации инновационной деятельности предприятий, главной из которых является проблема недостаточной мотивации работников. Поэтому были разработаны и предложены основные методы управления персоналом, внедрение которых на ОАО «БЭМЗ» повысило бы его инновационную активность.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ветров, Н.П. Проблемы и перспективы развития инновационной деятельности промышленного предприятия // Инновационный Вестник "Регион". – 2011. – №3.
2. Коллективный договор на ОАО «БЭМЗ» от 12.03.2011 года.
3. Паричева, Е.А. Управление персоналом на инновационном предприятии в машиностроении // Менеджмент в России и за рубежом. – 2005. – №3.
4. Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2011 – 2015 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь №669 от 26.05.2011г.
5. Степаненко, Д.М. Государственная поддержка инновационной деятельности в промышленности Республики Беларусь. – Минск, 2008. – 350 с.

УДК 338.45(476)+339.543.622

Шелемех Р.А.

Научный руководитель: старший преподаватель Дехтерук Е.В.

ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ И ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ДЛЯ БЕЛОРУССКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПОСЛЕ ВСТУПЛЕНИЯ БЕЛАРУСИ В ТС И ЕЭП

После вступления Беларуси в такие интеграционные объединения как Таможенный союз и Единое экономическое пространство стало понятно, что появились вопросы по ведению бизнеса в Республике Беларусь. Чем опасен и полезен для отечественного бизнеса приход конкурентов на внутренний рынок и в чем же всё-таки белорусы проигрывают российским и казахским соперникам? Чтобы ответить на эти вопросы, я рассмотрю некоторые наиболее общие для всех белорусских предприятий аспекты.

Отсутствие в Беларуси крупного частного бизнеса

Крупный частный бизнес в Беларуси качественно иной чем в России. Частный бизнес более мобилен, поэтому он быстрее и агрессивнее реагирует на обстановку. При этом доля всего частного бизнеса невелика – почти 90% предприятий реального сектора кон-

тролируется государством, а их доля в ВВП страны составляет около 70%. Получается, в ущерб интересам предприятий (и, в конечном счете, экономике) крупный по сути государственный бизнес маневрирует между десятками интересов других игроков. Данная проблема проявится особо остро в условиях интеграции и конкуренции с российскими и казахскими соперниками.

Высокий уровень протекционизма предприятиям госсектора

По данным Национального статистического комитета, только за январь 2012 г. убыточными были 1022 организации, или 12,1% от общего количества организаций. Сумма чистого убытка составила 771,5 трлн. руб., или в 1,9 раза больше, чем за январь 2011 г. [2].

К тому же на протяжении нескольких последних лет предприятия брали кредиты в белорусских рублях и иностранной валюте и бюджетные ссуды, которые в ряде случаев использовались неэффективно. Займы, кредиты, а также проценты по кредитам белорусским предприятиям придется отдавать, причем, процентная ставка очень высока.

А переходя на правила игры Таможенного союза, а по сути – на российские правила, мы ломаем старую модель и «обрезаем» господдержку предприятиям.

Отсутствие финансовых ресурсов

Беларусь – небогатая страна. У наших предприятий, как государственных, так и частных, нет ресурсов не только на продвижение своей продукции, но, как показала заготовительная компания 2011 года, их недостаточно даже на закупку сырья на внутреннем рынке. В частности, многие предприятия перерабатывающей промышленности не смогли в этом году по приемлемым ценам и в достаточном количестве заготовить овощи, фрукты, ягоды, грибы из-за конкуренции с российскими заготовителями, предлагавшим гораздо более высокие закупочные цены.

Рекламные бюджеты у многих предприятий или отсутствуют, или крайне ограничены. Российский бизнес продвигает свою продукцию, в том числе, на белорусском рынке, умело и агрессивно.

Налоговые изъятия

До недавнего времени в Беларуси налоговые изъятия были самыми большими среди стран Таможенного союза. Таким образом, многие виды белорусской продукции были неконкурентоспособными по сравнению с российскими и казахскими. Однако с 1 января 2012 года были внесены серьезные изменения в налоговое законодательство. Ставка налога на прибыль была снижена с 24 до 18%, в то время как в остальных странах Таможенного союза действует ставка в 20%. Таким образом, это позволит не только повысить конкурентоспособность белорусского экспорта в Таможенном союзе, но и создаст дополнительные положительные эффекты в виде быстрого возврата инвестиционных затрат, стимулирования долгосрочных капитальных вложений в производственные активы, улучшая условия для открытия нового бизнеса в Беларуси.

Аспекты, которые я рассмотрел, являются наиболее общими для всех белорусских предприятий. Однако в зависимости от специфики производства, у некоторых предприятий появляются свои частные проблемы. И наиболее красноречивым примером в данной ситуации может послужить СП ЗАО "Милавица", которое понесло дополнительные затраты в размере 2,5 млн. евро по итогам 2011 г. Финансовые потери предприятия возникли вследствие применения единых таможенных пошлин в рамках Таможенного союза.

Материалы для производства корсетных изделий являются очень специфическими и импортируются предприятием из 16 стран мира. До вступления в силу правил Таможенного союза средняя таможенная пошлина на импортируемые материалы составляла для "Милавицы" 4,5%. С 1 января 2010 г. она выросла до 12,5%, механически повторив анало-

гичную таможенную ставку Российской Федерации. Повышение пошлин поставило под угрозу ценовую конкурентоспособность белорусского производителя. Кроме того, с 2010 г. ставки ввозных таможенных пошлин на готовые корсетные изделия при поставках в страны Таможенного союза снизились с 20% до 10%, что облегчило доступ европейских производителей на емкий российский рынок. Данные изменения оказались весьма чувствительными для "Милавицы", у которой 65% продаж приходится именно на РФ.

В таких условиях отечественным предприятиям, несомненно, придется перестраиваться. Национальное законодательство всегда более узкое, чем союзное. Таким образом, необходимо более активно лоббировать свои интересы и продвигать свои инициативы.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Экономика и бизнес // TUT.BY. [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://news.tut.by/economics>
2. Официальная статистика. Годовые данные // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/main2.php>
3. Новости. Таможенный союз // Информационно-правовое агентство РЕГИСТР. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.profmedia.by/newse/fk/>

УДК 338.262:334.7

Соломахина Е.В.

Научный руководитель: профессор Обухова И.И.

БИЗНЕС-ПЛАН КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Успешное развитие предприятия в условиях динамичной рыночной экономики требует обоснования его стратегии и тактики путем разработки различных видов бизнес-планов. Мировой опыт доказывает, что бизнес-план является важнейшим инструментом системы управления финансовыми отношениями предприятия с государством, партнерами, банками, страховыми компаниями, работниками и потребителями. Он разрабатывается как для ориентации в мире бизнеса, так и для обоснования процессов внедрения инвестиционных проектов, определения рациональных путей инновационного развития предприятия.

В бизнес-плане обосновываются стратегические направления функционирования предприятия в условиях отраслевого рынка и тактика конкурентной борьбы, дается оценка ресурсов, необходимых для достижения целей предприятия, описываются способы продвижения товара на рынок и прогнозируются финансово-экономические результаты деятельности [1]. Параметры развития коммерческой организации, предусмотренные бизнес-планом, позволяют обеспечить благоприятную среду ее функционирования, разработать концепцию финансовой, технической и экономической политики на перспективу и сформулировать стратегические задачи долгосрочного характера. В основе бизнес-планов и прогнозов должны лежать результаты анализа текущего состояния предприятия.

Механизм планирования является неотъемлемой частью комплексной системы управления предприятием. Документы стратегического, тактического и оперативного планирования разрабатываются для определения производственных, экономических и финансовых показателей деятельности предприятия в долгосрочном и краткосрочном периодах.

Бизнес-план, как инструмент тактического планирования, должен регламентировать основные аспекты коммерческой деятельности предприятия в обозримом периоде, вы-