

В силу природы синергетического управления и направленности на самоорганизацию и самоуправление синергетический маркетинг позиционируется как партнерский. Он в своих традиционных и виртуальных формах привлекает к решению задач расширения продаж товара множество новых инициативных, творческих, предприимчивых личностей и за счет этого создает синергетические эффекты. Синергетический подход позволяет учесть множество прямых и обратных, положительных и отрицательных связей, самоорганизующихся в рыночной среде. В связи с этим можно говорить (хотя достаточно условно) о линейном (традиционном) и нелинейном (синергетическом) маркетинге. Однако необходимость учета синергетических эффектов привела к развитию методологии оценки экономической эффективности, созданию новых подходов и методических инструментов для расчета этих эффектов [3, с. 86].

Заключение. Для многих компаний ключевой целью коммуникации является мотивирование клиентов к покупке. Для того, чтобы эффективно мотивировать клиентов на покупку, необходимо точно определить основную потребность или желание, побуждающее их к действию. Независимо от целей маркетинговой коммуникации, эффективную коммуникацию отличает несколько неизменных элементов. Во-первых, она должна информировать о вещах, которые важны для клиентов. Во-вторых, это должно быть сделано в понятной форме. Это также должно заставить потребителя поверить в то, что сообщение является правдивым и убедительным. И в-четвертых, что коммуникация привлекательна или даже более привлекательна, чем коммуникация конкурентов.

При планировании маркетинговой стратегии важно обратить внимание на синергию и комплексность маркетинговой деятельности, адаптированной к потребностям современного потребителя, и выбрать партнера для ее реализации, который позволит максимизировать рентабельность инвестиций в маркетинговые расходы за счет технологического фона, а также синергии положительного опыта.

Список цитируемых источников

1. Proces komunikacji marketingowej [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://commplace.pl/blog/proces-komunikacji-marketingowej/>. — Дата доступа: 01.10.2022.
2. Komunikacja marketingowa [Электронный ресурс] — Режим доступа: https://mfiles.pl/pl/index.php/Komunikacja_marketingowa/. — Дата доступа: 01.10.2022.
3. Пуряев, А. С. Сущность понятия «эффективность» и основные методы ее оценки / А. С. Пуряев, Г. Ф. Юсупова, А. М. Назмудинов // Вест. Ижевского гос. техн. ун-та. 2008. — № 3. — С. 83—87.

УДК 338

Л. А. Куприк, К. И. Рябова

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА: ОЦЕНКА, ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Введение. В наше время меняются представления о социально-экономической динамике общества, ее движущих силах и императивах, когда для определения концептуального нарратива используются такие термины, как «интеллектуальная экономика», «экономика знаний», «неоэкономика» и др. Кардинальные преобразования социально-экономических отношений, которые происходят в ключевых сферах общественного бытия, являются фактором изменения традиционных подходов к управленческой деятельности на всех уровнях национальной экономики. Для современного общества характерны интеллектуализация производства, непрерывность образования, взрывной характер научно-технологической деятельности и исчезновение некоторых профессий, преимущественно связанных с «интеллектуальным» трудом, и, соответственно, ускоренная динамика добавленной стоимости, возрастающая высокотехнологичность производства и сферы интеллектуальных услуг. Именно интеллектуальное производство, базирующееся на интеллектуальном капитале, обуславливает и обеспечивает высокие темпы экономического развития [1, с. 87].

Экономика Республики Беларусь в ближайшей и более отдаленной перспективе будет определяться динамикой промышленного производства. Это связано с тем, что на сегодняшний день промышленные предприятия обеспечивают основной приток валютных поступлений от экспорта и доходов для формирования республиканского бюджета, производят средства производства, как для себя, так и для других отраслей экономики.

Основная часть. Несмотря на вышесказанное, рост промышленного производства не соответствует мировым тенденциям. Главная причина кроется в технологической отсталости. Так, из общего количества применяемых технологий, 87,3 % относятся к традиционным, 10,4 % — к новым и лишь 2,3 % — к высоким [2, с. 18—42].

Производство промышленной продукции поддерживается главным образом на морально устаревшей и физически изношенной материальной базе. Износ основных фондов стал превышать критический уровень. Такое состояние связано с финансовым положением предприятий, не обладающих достаточными ресурсами

для инвестирования своего развития. А это приводит к тому, что объем ВВП, формируемого в промышленности, создается относительно большим числом людей, что свидетельствует о низкой производительности труда.

Данные факты говорят о том, что назрела объективная необходимость технологической модернизации промышленного производства с формированием высокотехнологичного сектора V-VI технологических укладов. В нынешней отраслевой структуре промышленного производства пока преобладают изделия III-IV технологических укладов, производство которых основано на использовании природоперерабатывающих технологий.

Поэтому модернизация промышленного производства предполагает решение ряда взаимосвязанных друг с другом проблем. Одной из них является низкая инновационность предприятий. Удельный вес промышленных предприятий, осуществляющих технологические инновации, в общем числе обследованных предприятий составляет 20,4 % [3, с. 4—21], а количество отгруженной продукции в общем объеме — только 19,2 % [4, с. 12].

Причинами низкой активности предприятий является отсутствие опыта ведения инновационной деятельности в рыночных условиях и медленная интеграция науки и производства. Опыт экономически развитых стран показывает, что использование достижений науки и техники обеспечивает рост производительности труда до 85 %.

В данном случае можно говорить о невысокой мотивации ученых на конечный результат и низкой наукоемкости ВВП. В последние годы он находится на уровне 0,5...0,7 %, в то время как среднеевропейское его значение составляет 2,2 % [5, с. 4—9].

Сложившаяся ситуация тормозит рост интеллектуального потенциала страны. К примеру, по итогам 2021 г. затраты на машины и оборудование были в 7,5 раза выше инвестиций в интеллектуальный потенциал [6, с. 4—23]. Перекосы в финансировании не способствуют накоплению человеческого капитала, который является важной производительной силой. В результате такого подхода не получает должного развития малый производственный бизнес, а промышленные предприятия содержат большое количество вспомогательного персонала и теряют на производительности труда и уровне себестоимости производимой продукции.

В настоящее время среди факторов, препятствующих развитию инновационной деятельности в промышленности, в качестве основных или решающих выступают финансово-экономические и инвестиционные, в том числе недостаток собственных денежных средств, высокая стоимость нововведений, высокий экономический риск, длительные сроки окупаемости нововведений, недостаток финансовой поддержки со стороны государства и низкий платежеспособный спрос на новые продукты.

Мировой опыт свидетельствует, что наибольший эффект в инновационном развитии достигнут в тех странах, где в течение длительного периода реализуется эффективная национальная политика человеческих ресурсов. Поэтому инновационная политика, формируемая государством, должна быть направлена в первую очередь на создание условий, стимулирующих такое развитие. На недостаток собственных денежных средств в 2020 г. указали 38,8 % промышленных организаций в качестве основного или решающего фактора, препятствующего инновациям, на длительные сроки окупаемости нововведений — 30,9 %, на низкий платежеспособный спрос на новые продукты — 24,6 %. Во многом эти факторы препятствуют эффективной цифровой трансформации организаций промышленности [7, с. 83—96].

Стоит отметить, что в разрезе видов экономической деятельности в производстве кокса и продуктов нефтепереработки создаётся практически половина всей инновационной продукции — 46,6 % в 2020 г., т. е., по сути, изменение удельного веса инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции в первую очередь зависит от объемов поставок нефти в Республику Беларусь. Вклад производства кокса и продуктов нефтепереработки в формирование общей доли отгруженной инновационной продукции составил в 2020 г. 8,3 п.п. из 17,9 %. Таким образом, без учета продукции, получаемой при производстве кокса и продуктов нефтепереработки, доля инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции в целом по стране равняется всего около 9,6 %.

Заключение. В Республике Беларусь целесообразно совершенствовать систему финансирования инновационной деятельности. Для этого предусматривается реализация и финансирование комплексных проектов, имеющих определяющее значение для инновационного развития Республики Беларусь («проекты будущего»): «Национальный электротранспорт», «Биотехнологии в агропромышленном комплексе», «Инновационное здравоохранение», «Биотехнологии для фармацевтики», «Умные города Беларуси», «Точное земледелие». «Проекты будущего» предполагают создание и развитие новых отраслей, организацию производств с высоким экономическим эффектом, развитие кадрового потенциала (научные и инженерные школы) в области высоких технологий, будут способствовать цифровой трансформации экономики и социальной сферы, повышению качества жизни населения и инвестиционной привлекательности. Программой также предусмотрено расширение косвенных инструментов поддержки — налоговые стимулы, таможенные преференции и иные источники для реализации инновационных проектов, в том числе «проектов будущего»; предоставление права закупки инновационной продукции из одного источника, что позволит на начальном этапе обеспечить гарантированный сбыт; расширение практики предоставления инновационных ваучеров и грантов субъектам малого предпринимательства. Планируется внедрить венчурную экосистему (инкубаторы, акселераторы стартапов, фонды разных стадий) с учетом лучших международных практик и принципов государственно-частного партнерства. Ускорение инновационного развития организаций будет проходить на основе создания современной инфраструктуры инновационной деятельности. В частности, продолжится работа по развитию заводских исследовательских центров, отраслевых лабораторий, опытных производств.

Список цитируемых источников

1. *Рябова, К. И.* Знаниеемкие услуги как фактор формирования интеллектуального капитала / К. И. Рябова, А. В. Бондарь // Белорус. эконом. журн. — 2022. — № 3. — С. 87.
2. *Шимов, В. П.* Модернизация национальной экономики — императив времени / В. П. Шимов, Л. М. Крюков // Белорус. эконом. журн. — 2013. — № 2. — С. 18—42.
3. *Крупский, Д. М.* Стратегические детерминанты инновационного развития национальной экономики Беларуси / Д. М. Крупский // Эконом. бюл. — 2018. — № 4. — С. 4—21.
4. Социально-экономическое развитие Республики Беларусь в первом полугодии 2018. // Эконом. бюл. — 2018. — № 8. — С. 12.
5. *Барейша, А. С.* Венчурное финансирование как драйвер развития инновационной экономики Республики Беларусь / А. С. Барейша // Эконом. бюл. — 2017. — № 11. — С. 4—9.
6. *Богдан, Н. И.* Инновационная политика и поиск новых источников экономического роста: мировые тенденции и вызова для Беларуси / Н. И. Богдан // Белорус. эконом. журн. — 2017. — № 1. — С. 4—23.
7. *Муха, Д. В.* Роль инвестиционной политики в формировании и развитии цифровой экономики / Д. В. Муха // Вест. Ин-та экономики НАН Беларуси. — 2021. — Вып. 2. — С. 83—96.

УДК 338.984

В. А. Курец, Ю. Ю. Тавпеко

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

PEST-АНАЛИЗ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ АНАЛИЗА МАКРОСРЕДЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Введение. Всесторонняя оценка основных социально-экономических факторов, которые влияют на сектор, в котором расположена организация, а также на саму организацию, может способствовать более эффективному стратегическому планированию. Такое планирование используется для того, чтобы максимально повысить способность организации извлекать выгоду из существующих условий. Существует большое количество методов и анализов для оценки факторов, влияющих на деятельность организации. Но какой из них сможет эффективно определить основные деловые или личные возможности и заблаговременно предупредить о любых существенных угрозах для фирмы, предоставить данные о таких сферах влияния, на которые воздействовать самим практически невозможно. В данной работе мы рассмотрим один из важных анализов внешней среды предприятия, а именно PEST-анализ, его значение, элементы, преимущества и недостатки, важность для бизнесов, желающих реализовать себя на уровне национальной и мировой экономики.

Основная часть. PEST-анализ — это стратегический бизнес-инструмент, используемый организациями для выявления, оценки, систематизации и отслеживания макроэкономических факторов, которые могут повлиять на бизнес сейчас и в будущем. PEST — это аббревиатура от четырех английских слов: «political» — политический, «economic» — экономический, «social» — социальный и «technological» — технологический. Результаты анализа служат основой для процессов стратегического планирования и способствуют исследованию рынка. Существует несколько вариантов этого анализа, включая PESTEL-анализ, который также учитывает правовые и экологические факторы.

Первоначально разработанный в 1967 году профессором Гарварда Фрэнсисом Агиларом, PEST-анализ представляет собой инструмент стратегического планирования, который помогает организациям выявлять и оценивать угрозы и возможности для бизнеса. Основная цель PEST-анализа — понять, какие внешние силы могут повлиять на организацию и как эти факторы могут создать возможности или угрозы для бизнеса.

Зачем проводить PEST-анализ? Во-первых, он помогает оценить, как стратегия развития организации вписывается в более широкую среду. Во-вторых, такой анализ содержит обзор всех важнейших внешних воздействий на организацию. В-третьих, помогает более решительно принимать решения в отношении дальнейших действий организации. В-четвёртых, помогает в планировании, маркетинге, инициативах по организационным изменениям, разработке бизнеса и продуктов, управлении проектами и исследовательских работах.

PEST-анализ полезен для любой организации, которой необходимо оценить текущие и будущие рынки. Преимущественно это делается высшим руководством в целях стратегического планирования. Внешние агентства, органы, заинтересованные стороны и лица, принимающие решения, у которых могут быть перспективы, а также консультанты и партнеры также могут предложить ценную информацию об PEST-анализе.

Далее рассмотрим основные элементы (или же факторы), по которым проводится PEST-анализ [1]:

1. «P» (political) — политическая среда. Включает совокупность законов, государственных учреждений и структур, которые оказывают влияние и ограничивают рыночную деятельность компаний. При изучении этого фактора описываются следующие элементы: тип управления государством, стабильность правительства, свобода слова и нормы законодательства, уровень коррупции и бюрократии, законодательство в области труда и социальной защиты населения, наиболее вероятные политические изменения на ближайшие 3—5 лет.

2. «E» (economic) — экономическая среда. Оценивается путем изучения факторов макроэкономики, таких как степень развития бизнес-структуры, темпы роста экономики, процентные ставки, курс валют и уровень инфляции, уровень безработицы, ситуация на рынке труда, стоимость рабочей силы, степень глобализации