

Министерство образования Республики Беларусь  
Учреждение образования «Барановичский государственный университет»  
Студенческое научное общество БарГУ

# **СОДРУЖЕСТВО НАУК. БАРАНОВИЧИ-2016**

Материалы XII Международной  
научно-практической конференции  
молодых исследователей

(Барановичи, 19—20 мая 2016 года)

В трёх частях

Часть 2

Барановичи  
БарГУ  
2016

В части 2 сборника материалов XII Международной научно-практической конференции молодых исследователей «Содружество наук. Барановичи-2016» представлены результаты исследований в области физики и математики, а также рассмотрены актуальные проблемы в области информационных систем и технологий в образовании, науке и технике. Особое внимание уделено современным тенденциям в технологиях и материалах машиностроительного и сельскохозяйственного производств, а также экономическим аспектам развития предприятия, региона.

Сборник адресован научным работникам, аспирантам, магистрантам и студентам инженерных и экономических специальностей учреждений высшего образования.

Редакционная коллегия:

А. В. Никишова (гл. ред.), Ю. Е. Горбач, В. Н. Кременевская (отв. секретари), Е. Н. Кирюхова,  
О. И. Наранович, А. К. Гавриленя, М. В. Нерода, В. Н. Познякевич, Г. Я. Житкевич

Рецензент

кандидат технических наук, заведующий лабораторией механофизики гетерогенных систем  
Государственного научного учреждения «Физико-технический институт  
Национальной академии наук» А. М. Милюкова

---

*Научное издание*

СОДРУЖЕСТВО НАУК.  
БАРАНОВИЧИ-2016

Материалы XII Международной  
научно-практической конференции  
молодых исследователей

(Барановичи, 19—20 мая 2016 года)

*На русском, белорусском, английском языках*

В трёх частях

Часть 2

Ответственный за выпуск Е. Г. Хохол  
Технический редактор А. Ю. Сидоренко  
Компьютерная вёрстка С. М. Глушак  
Корректор Н. Н. Колодко

Подписано в печать 04.10.2016. Формат 60 × 84 <sup>1</sup>/<sub>8</sub>. Бумага ксероксная.

Отпечатано на копировально-множительной технике. Усл. печ. л. 28,00. Уч.-изд. л. 25,10. Тираж 9 экз. Заказ 681.

Учреждение образования «Барановичский государственный университет».  
Свидетельство о государственной регистрации издателя № 1/424 от 09.09.2016.  
Ул. Войкова, 21, 225404 г. Барановичи. Тел. 8 (0163) 45 46 28, e-mail: rio@barsu.by .

Сложность в установлении цены на образовательные услуги вызвана следующим рядом причин: невозможность точного подсчёта затрат на обучение в связи с разнообразием форм и методов предоставления образовательных услуг, недостаток информации о ценах и полном перечне предлагаемых образовательных услуг в сфере образования, коллективный характер предоставления и потребления образовательных услуг, зависимость цены от укомплектования учебной группы.

Важной составляющей маркетинга-микс является распределительная политика учреждения высшего образования. Основным каналом распределения являются прямые продажи. Учреждения высшего образования в своей практике проводят один из двух вариантов политики прямого распределения: концентрация образовательных услуг по месту организации и расположения уво; организация образовательных услуг в нескольких населённых пунктах и на отдельных предприятиях и в организациях.

Ещё одним элементом маркетинга-микс, который способствует распространению и приближению образовательных услуг к потребителю, является коммуникационная политика.

В достижении коммуникативных задач многие образовательные учреждения по-прежнему отдают предпочтение одному-двум средствам коммуникации. Эта тенденция сохраняется, несмотря на то, что результаты проводимых исследований свидетельствуют об усилении степени фрагментарности массовых рынков, развиваются новые виды медиасредств, усложняется состав и поведение потребителей. Расширение диапазона коммуникативных средств и аудиторий требует обращения к интегрированным маркетинговым коммуникациям.

**Заключение.** Рассмотренный комплексный подход к формированию маркетинговой модели обеспечения качества образовательной услуги, а также организационно-экономического механизма маркетингового управления учреждения высшего образования позволяет сделать вывод, что технология управления маркетингом включает всю совокупность экспертно-аналитического и методологического инструментария по анализу и обнаружению объективных угроз и осложнений в конкурентной позиции учреждения, технологию принятия маркетинговых решений по планированию, определению стратегий развития, формированию маркетингового микса на основе комплексной оценки качества образовательной услуги.

#### Список цитируемых источников

1. Борисова С. Маркетинговый подход к управлению качеством вузовского образования // *Практ. маркетинг*. 2008. № 9. С. 31—36.
2. Акулич И. Л. *Маркетинг: учебник*. Минск: Выш. шк., 2010. 458 с.
3. Зайчикова С. А., Маяцкая И. Н. *Стратегия маркетинга высшего учебного заведения в системе открытого образования: монография*. М.: РГСУ, 2006. 230 с.

УДК 339.13

**М. А. Панфило**

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи*

### ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**Введение.** В последнее время термин «инновации» является одним из модных слов общества. Мало кто будет отвергать важность инноваций в современном производстве. В связи с высоким темпом роста научно-технического прогресса приобретение и рост конкурентоспособности предприятия на различных этапах его жизненного цикла, в том числе жизненного цикла товаров и услуг, невозможен без инноваций, которые обеспечивают повышение ассортимента, качества, спроса производимой продукции.

В ряде источников инновация рассматривается как процесс. В этой концепции признаётся, что нововведение имеет отчётливо выраженные стадии и развивается во времени. Однако следует различать такие термины, как «нововведения» и «инновации». Отметим, что инновация — более широкое понятие, чем нововведение.

**Основная часть.** Под термином «инновация» понимается развивающийся комплексный процесс создания, распространения и формирования новой идеи, которая способствует повышению эффективности работы предприятия. При этом инновация — это тот объект, который успешно внедрён и приносит прибыль в результате проведённого научного исследования или сделанного открытия, качественно отличный от предшествующего аналога.

Ярким примером различия терминов являются слова И. Мирославского, который говорит: «Перестановка мебели или замена портретов в кабинете — это, разумеется, новшество. А регистрация времени прихода и ухода сотрудников, если её раньше не было, — конечно же, нововведение. Однако ни то, ни другое инновациями назвать нельзя, поскольку эти изменения не приводят к крупным, серьёзным системным последствиям. А инновация же предполагает именно такие последствия» [1].

Исследователь Э. Дандон в своей книге «Инновации: как определять тенденции и извлекать выгоду» изложил суть инноваций в следующих компонентах: 1) креативность — умение генерировать новые идеи; 2) стратегия —

выяснение реальной новизны и полезности этой идеи; 3) реализация — воплощение идеи в конкретный продукт или услугу; 4) прибыльность — «повышение до максимума ценности конечного продукта и услуг, полученной от реализации новой и полезной идеи» [2]. Исходя из вышеуказанного, инновациями можно считать тот процесс, который сочетает в себе все эти четыре компонента.

*Инновацией* является конечный результат инновационной деятельности, который получил реализацию в виде нового либо усовершенствованного продукта, реализованного и внедрённого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности.

Помимо этого следует учитывать связь между понятиями «инновации» и «инновационная деятельность». Инновация, как мы уже определили, — это конечный результат инновационной деятельности. Инновационная деятельность — это совокупность научных, технологических, финансовых, коммерческих и организационных мероприятий, направленных на коммерциализацию накопленных знаний, технологий и оборудования. Результатом инновационной деятельности являются новые или дополнительные товары/услуги или товары/услуги с новыми качествами.

Под инновационным процессом понимается процесс преобразования научного знания в инновацию, который в последующем можно представить как последовательную очерёдность событий, посредством которых инновация вызревает от первоначальной идеи до конкретного конечного продукта, технологии или услуги и распространяется при практическом использовании. Этот процесс направляется на создание требуемых рынков продуктов, технологий или услуг и осуществляется в тесном единстве с направленностью его среды, а также с темпами и целями, которые зависят от социально-экономической среды, в которой он функционирует и развивается. Поэтому только на инновационном пути развития возможен подъём экономики.

Внедряя инновации в практику производственной деятельности, очень важно учитывать факторы, которые способны затормозить инновационный процесс: 1) экономические (недостаток средств для финансирования инновационных процессов, слабость материальной и научно-технической базы, отсутствие резервных мощностей, доминирование интересов текущего производства); 2) политические, правовые факторы (ограничения со стороны антимонопольного, налогового, амортизационного, патентно-лицензионного законодательства).

Беларусь в докладе Всемирного экономического форума 2014—2015 гг. была примерно на 97-м месте из 144 стран в рейтинге по фактору инноваций. Отметим, что это на восемь ступенек лучше, чем в прошлом году (104-е место из 148 стран), прежде всего, из-за улучшения макроэкономических показателей, сбалансированного бюджета и снижения инфляции. Однако это хуже, чем рейтинг страны в 2012—2013 гг. (90-е место из 90 стран).

В условиях рыночных отношений предприятие является основным звеном всей экономики, поскольку именно на этом уровне создаётся нужная обществу продукция, оказываются необходимые услуги.

Конкурентная борьба предприятий является главным содержанием функционирования экономической системы, базирующейся на рыночных механизмах, ключевой категорией в общей схеме категорий рыночного хозяйства.

В первую очередь инновационная деятельность направлена на повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции или услуг предприятия.

Конкурентоспособность — это характеристика товара либо услуги, отражающая его отличие от товара-конкурента как по степени соответствия конкретной потребности, так и по затратам на её удовлетворение.

Конкуренция — это ситуация, в которой любой желающий что-либо купить или продать может выбирать между различными поставщиками и покупателями. Именно наиболее успешные поставщики обладают конкурентными преимуществами. Конкурентоспособность включает умения добычи и использования таких конкурентных преимуществ. В результате инновационная деятельность обеспечивает конкурентоспособность отдельных организаций [4].

Представим отдельные показатели конкурентоспособности Республики Беларусь, по оценке аналитического центра «Стратегия» на основе национальной статистики, данных Всемирного банка (доклады Doing Business), докладов Европейского банка реконструкции и развития, ООН, социологических опросов компании «НОВАК» и Независимого института социально-экономических и политических исследований (таблица 1) [5].

Из таблицы видно, что конкурентоспособность Беларуси находится в невысоких пределах. Большинство показателей плохо развиты, однако качество инфраструктуры и интенсивность конкуренции на внутреннем рынке имеют положительную тенденцию развития.

Классик экономической теории А. Маршалл считал предпринимательство коренным свойством, главной чертой рыночной экономики, конкуренция лишь создаёт ситуацию необходимости поиска конкурентных преимуществ фирмы и конкурентоспособности товара, побуждает совершенствовать весь процесс от производства до потребления. Конкурентные преимущества обеспечиваются на основе реализации тех или иных инноваций, поскольку именно они являются реальным двигателем процесса [6].

Т а б л и ц а 1 — Отдельные показатели конкурентоспособности Республики Беларусь за 2014—2015 гг.

Население, млн чел.	Защита прав собственности (1 — очень слабая, 7 — очень сильная)	Защита прав интеллектуальной собственности (1 — очень слабая, 7 — очень сильная)	Качество инфраструктуры (1 — очень слабое, 7 — очень сильное)	Качество системы образования (1 — плохое, 7 — очень хорошее)	Интенсивность конкуренции на внутреннем рынке (1 — сильно ограничена, 7 — свободная)	Лёгкость доступа к кредиту (1 — очень трудно, 7 — очень легко)
9,45	2,6	2,4	4,9	3,1	4,6	1,9

**Заключение.** Экономика развивается при помощи инноваций, однако, они не могут являться основой нашей экономики, а только играют определённую роль в ней. Инновации значимы для деятельности предприятия, так как появление чего-то нового может во много раз увеличить продажи. Каждое предприятие не может без усилий сражаться с конкурентоспособными фирмами без инноваций, ведь время бежит, а покупатель ищет что-то новое, чего нет у других.

#### Список цитируемых источников

1. Электронная библиотека [Электронный ресурс]. URL: [http://thelib.ru/books/igor\\_miloslavskiy/govorim\\_pravilno\\_po\\_smyslu\\_ili\\_po\\_forme-read.html](http://thelib.ru/books/igor_miloslavskiy/govorim_pravilno_po_smyslu_ili_po_forme-read.html) (дата обращения: 29.02.2016).
2. Дандон Э. Инновации: как определять тенденции и извлекать выгоду. М.: Вершина, 2006.
3. Республиканская конфедерация предпринимательства [Электронный ресурс]. URL: [http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye\\_nauki/ekonomika\\_i\\_pravo/konkurenciya\\_ekonomicheskaya.html](http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/ekonomika_i_pravo/konkurenciya_ekonomicheskaya.html). (дата обращения: 29.02.2016).
4. Энциклопедия «Кругосвет» [Электронный ресурс]. URL: [http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye\\_nauki/ekonomika\\_i\\_pravo/konkurenciya\\_ekonomicheskaya.html](http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/ekonomika_i_pravo/konkurenciya_ekonomicheskaya.html). (дата обращения: 29.02.2016).
5. Республиканская конфедерация предпринимательства [Электронный ресурс]. URL: [http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye\\_nauki/ekonomika\\_i\\_pravo/konkurenciya\\_ekonomicheskaya.html](http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/ekonomika_i_pravo/konkurenciya_ekonomicheskaya.html) (дата обращения: 29.02.2016).
6. Библиотекарь.Ру [Электронный ресурс]. URL: <http://bibliotekar.ru/economika-predpriyatiya-4/index.htm> (дата обращения: 29.02.2016).

УДК 657.6

Н. Л. Рыбальченко

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи*

### РАЗВИТИЕ АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ОРИЕНТИРОВАННОЙ НА ТРЕБОВАНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ АУДИТОРСКОЙ ПРАКТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

**Введение.** В современных условиях развития экономики возрастает роль качественного обеспечения финансово-хозяйственной деятельности организаций. Использование качественной и достоверной экономической информации позволяет объективно отражать в финансовой отчётности результаты финансово-хозяйственной деятельности и определять основные направления улучшения социально-экономического развития [1].

**Основная часть.** Республика Беларусь ратифицировала соглашение о создании условий на финансовых рынках для обеспечения свободного движения капитала, а также соглашение о торговле услугами и инвестициях в государствах — участниках Единого экономического пространства. В соответствии с этими документами Республика Беларусь обязалась в рамках национального законодательства гармонизировать требования к публикуемой информации участниками финансового рынка и завершить переход на использование ими Международных стандартов финансовой отчётности (далее — МСФО).

В Законе Республики Беларусь «О бухгалтерском учёте и отчётности» применяется термин «общественно значимые организации», к которым относятся открытые акционерные общества, являющиеся учредителями унитарных предприятий и (или) основными хозяйственными обществами по отношению к дочерним хозяйственным обществам (далее — открытые акционерные общества), банки, небанковские кредитно-финансовые организации (далее — банки), страховые организации. Новое определение сопутствующих услуг включает компиляцию финансовой информации и выполнение согласованных аудиторских процедур в отношении финансовой информации [2]. Данная классификация законодательных определений основана на теории аудита и соответствует международной практике.

Со вступлением в силу закона «О бухгалтерском учёте и отчётности» правовой механизм регулирования подвергается модернизации с включением в иерархию нового вида нормативного правового акта — национального стандарта бухгалтерского учёта и отчётности. Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 10 декабря 2013 г. № 80 утверждён первый Национальный стандарт, посвящённый учётной политике организации, изменениям в учётных оценках, исправлению ошибок [3]. В основу национальных стандартов закладываются принципы бухгалтерского учёта и отчётности, закреплённые в законе «О бухгалтерском учёте и отчётности». В целях эффективной реализации решения о применении МСФО повышены требования к главным бухгалтерам общественно значимых организаций. С 1 января 2017 г. главные бухгалтеры страховых организаций, открытых акционерных обществ должны иметь сертификат профессионального бухгалтера (выданный Министерством финансов Республики Беларусь), а главные бухгалтеры банков — сертификат профессионального бухгалтера банка (выданный Национальным банком Республики Беларусь). Законом «О бухгалтерском учёте и отчётности» установлены требования к организациям и индивидуальным предпринимателям, оказывающим услуги по ведению бухгалтерского учёта и составлению отчётности, что позволит защитить интересы их клиентов [4].

Введение и использование в стране МСФО невозможно без внедрения Международных стандартов аудита. Министерством финансов Республики Беларусь проведена большая работа в этом направлении. В частности, следует остановиться на нововведениях Закона Республики Беларусь «Об аудиторской деятельности», основанных на международной практике [5].