

Показатели	2020	2021	2022	Откл., 2022 в ± к 2020
Среднее значение по промышленной отрасли Республики Беларусь	0,72	0,74	0,73	0,01
Эффективность интеллектуального капитала	4,01	4,51	4,59	2,80
Среднее значение по промышленной отрасли Республики Беларусь	4,34	4,57	4,48	0,14
Интеллектуальный коэффициент добавленной стоимости (VAIC)	6,92	9,10	15,15	10,12
Среднее значение по промышленной отрасли Республики Беларусь	4,70	4,97	4,83	0,13
Динамика	+2,22	+4,13	+10,32	+9,99

Примечание. Источник: собственная разработка на основании данных предприятия.

Заключение. Предприятие ведет активную деятельность по развитию интеллектуальных ресурсов, направляя руководящий персонал на обучение и переподготовку. Прослеживается тенденция увеличения темпов их развития. Для достижения данных целей ОАО «Торгмаш» проводится соответствующая политика в отношении интеллектуальных ресурсов. Эта политика касается управления факторами, обеспечивающими определенные преимущества предприятия на рынке.

На основании вышеизложенного можно выделить основные цели предприятия ОАО «Торгмаш» в сфере интеллектуальных ресурсов: привлечение дополнительных средств от деятельности в сфере производства и коммерциализации результатов деятельности интеллектуальных ресурсов; повышение уровня качества и разнообразия продукции за счет активизации творческой деятельности.

Список цитируемых источников

1. Гладышева, А. В. Формирование культурно-нравственного капитала трудовых ресурсов / А. В. Гладышева // Социально-экономические явления и процессы. — 2013. — № 4 (050). — С. 49—53.
2. Нестеров, А. А. Интеллектуальный потенциал и формы его реализации / А. А. Нестеров, Н. И. Третьякова // Вестн. СамГТУ. Сер. Экон. науки. — 2014. — № 1 (11). — С. 7—17.
3. Дудяшова, В. П. Взгляд на интеллектуальный капитал с позиции экономики знаний / В. П. Дудяшова // Науч. вестн. Костромского гос. технол. ун-та. — 2012. — № 2. — С. 21—32.
4. Новиков, А. В. Интеллектуальный капитал: структура, источники и приоритеты в формировании стоимости компании / А. В. Новиков // Сибирская финансовая школа. — 2012. — № 2. — С. 117—124.
5. Порошкова, Е. А. Человеческий капитал в экономическом развитии страны / Е. А. Порошкова, С. В. Гордейчик // Банковская система: устойчивость и перспективы развития : сборник научных статей XIII международной научно—практической конференции по вопросам финансовой и банковской экономики, Пинск, 28 окт. 2022 г. : в 2 ч. / М-во образования Респ- Беларусь [и др.] ; редкол.: В. И. Дунай [и др.]. — Пинск : ПолесГУ, 2022. — Ч. 2. — С. 129—132.
6. Базалий, С. А. Значение интеллектуального капитала для создания устойчивого конкурентного преимущества компаний в инновационной экономике / С. А. Базалий // Науки об управлении государством, экономикой и обществом. — 2021. — № 1. — С. 159—164.
7. Рябова, К. И. Проблемы воспроизводства интеллектуального капитала Республики Беларусь / К. И. Рябова // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы XIV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 20 мая 2021 г. / М-во образования Респ. Беларусь, Белорус. гос. экон. ун-т ; редколлегия: В. Ю. Шутилин (ответственный редактор) [и др.]. — Минск : БГЭУ, 2021. — С. 55.

УДК 65

В. А. Курец, Ю. Ю. Тавпеко

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

*Научный руководитель
Ж. Л. Дыбышко*

АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ: СУЩНОСТЬ И СТРАТЕГИИ РЕАЛИЗАЦИИ

Введение. Кризис затрагивает отдельного человека, группу, организацию или общество в целом. Это последовательность внезапных тревожных событий, наносящих вред организации и, как правило, возникает в короткие сроки. Каждая организация один или два раза в год сталкивается со значительным кризисом и целым рядом мелких препятствий. Организации восстанавливаются и выходят из кризиса более сильными, когда они оценивают множество сценариев и разрабатывают стратегии действий в чрезвычайных ситуациях для выявления возможностей и снижения рисков. В данной статье рассмотрим сущность антикризисного управления, виды кризисов, стратегии, проблемы реализации и стадии проведения.

Основная часть. Антикризисное управление — это применение стратегий, призванных помочь организации справиться с внезапным и значительным негативным событием, сохраняя при этом непрерывность бизнеса [1]. Антикризисное управление предполагает внедрение политики и процедур для защиты, смягчения и предотвращения кризиса. Кризис может возникнуть в результате непредсказуемого события или непредвиденных последствий какого-либо события, которое рассматривалось как потенциальный риск.

Существует два основных способа возникновения кризиса:

1. Внезапный кризис. Он неконтролируемый, застает организацию врасплох (стихийные бедствия).
2. Глеющий кризис. Он начинается медленно и незаметно, от нескольких сигналов до полного их отсутствия. Развивается поэтапно, и каждый этап должен быть вовремя локализован и преодолен до того, как он перерастет в более серьезный кризис и в конечном итоге перерастет в крупную катастрофу. Примером является токсичное поведение на работе, которое может привести к разрушению всей корпоративной культуры.

Кризисы могут быть как внутренними (потеря ключевого управленческого персонала, загрузка скомпрометированных файлов, ущерб репутации, плохое обслуживание клиентов, пренебрежение протоколами безопасности или их отсутствие, неправильное управление финансами), так и внешними (стихийные бедствия, утечка данных, слухи о качестве продукции, финансовые кризисы).

В любом случае кризисы требуют быстрого принятия решений, чтобы ограничить ущерб, нанесенный организации. Антикризисное управление помогает менеджерам разрабатывать стратегии выхода из неопределенных условий, а также принимать решения о дальнейшем курсе действий. Руководителям помогает почувствовать ранние признаки кризиса, предостеречь сотрудников от последствий и принять необходимые меры предосторожности. В кризисной ситуации сотрудники должны активно общаться и прилагать максимум усилий для преодоления трудностей.

Данный вид управления стремится свести к минимуму ущерб, причиняемый кризисом, и предполагает минимизацию финансовых потерь, обеспечение непрерывности работы бизнеса, защиту репутации бизнеса и заинтересованных сторон, поддержание общественного доверия, обеспечение безопасности сотрудников и связи в кризисных ситуациях.

Существует несколько стратегий антикризисного управления, которые могут помочь компаниям выжить в период кризиса:

1. Сокращение затрат. Эта стратегия заключается в максимальном сокращении расходов компании, чтобы сохранить ее прибыльность. Она может включать в себя сокращение численности сотрудников, отказ от аренды дополнительных помещений и техники, а также сокращение расходов на маркетинг и рекламу.
2. Диверсификация. Предполагает расширение бизнеса компании на другие рынки или продукты. Может помочь компании увеличить свою прибыльность и защитить ее от потерь на одном рынке или продукте.
3. Реструктуризация. Изменение структуры компании для повышения ее эффективности и прибыльности. Эта стратегия может включать в себя изменение организационной структуры, пересмотр бизнес-модели и перераспределение ресурсов.
4. Разработка инноваций. Заключается в разработке новых продуктов или услуг, которые могут помочь компании выйти из кризиса.
5. Стратегия партнерства. Эта стратегия заключается в установлении партнерских отношений с другими компаниями для обмена ресурсами и знаниями.
6. Фокусирование. Заключается в сосредоточении компании на узкой нише рынка или продукте. Она может помочь компании повысить свою прибыльность и конкурентоспособность за счет более точного соответствия потребностям своих клиентов.
7. Стратегия маркетинга. Увеличение объема продаж за счет улучшения маркетинговых методов и техник продаж. Она может помочь компании привлечь новых клиентов и увеличить свою прибыльность [2].

Существует несколько проблем, которые могут возникнуть при реализации стратегий антикризисного управления:

1. Умение справляться с нехваткой времени и принимать решения во время быстро развивающегося кризиса. Это может привести к тому, что организация не сможет быстро и эффективно реагировать на кризис.
2. Некоторые организации не общаются достаточно с заинтересованными сторонами (клиентами, партнерами и сотрудниками) во время кризиса. Это может привести к тому, что организация потеряет доверие своих заинтересованных сторон. Внедрение эффективной внутренней и внешней коммуникации и успешное управление, включая регулярное информирование соответствующих сторон поможет справиться.
3. Поддержание непрерывности бизнеса, такой как бесперебойное обслуживание и управление сервисами.
4. Оказание эмоциональной поддержки командам, борющимся со стрессом, тревогой и страхом перед кризисом.

Решение данных проблем поможет организациям быстрее и эффективнее реагировать на кризисы, что может способствовать сохранению бизнеса и его репутации. Организации могут разработать план действий на случай кризиса, который включает в себя стратегии по предотвращению кризиса, анализу и реагированию на кризис. Существует шесть базовых этапов антикризисного управления, которые должны быть заложены в основу стратегии каждой компании:

1. *Составление плана.* Письменный план должен включать четкие цели и конкретные действия, которые будут предприняты в случае кризиса.

2. *Определение представителя компании.* Наличие одного «голоса» во время кризиса поможет компании донести четкое и последовательное послание во время вопросов и интервью для СМИ.

3. *Честность и открытость.* Полная прозрачность по всем каналам коммуникации может остановить слухи и разрядить потенциальный ажиотаж в СМИ.

4. *Держите сотрудников в курсе.* Это может свести к минимуму внутреннюю мельницу слухов и гарантировать, что бизнес продолжит течь как можно более гладко.

5. *Общение с клиентами и поставщиками.* В идеале клиенты и поставщики не должны узнавать о кризисе компании из СМИ. Компании должны быть уверены в том, что информация поступает от них в первую очередь.

6. *Обновление плана.* Компании должны как можно чаще выпускать сводные отчеты, обновленные планы действий и новые разработки. Антикризисный план бизнеса должен работать в режиме 24/7.

Следование этим шагам не гарантирует решение всех проблем, но их несоблюдение может открыть дверь к проблемам с общественностью. Благодаря хорошему планированию и быстрому и адекватному реагированию компании дают себе наилучшие шансы справиться с кризисными ситуациями, независимо от того, насколько они неожиданны или серьезны.

Заключение. В любой организации, будь то маленькая или крупная, неизбежно возникают проблемы или опасности, которые могут нарушить бесперебойную работу или негативно повлиять на нее. Организационные риски, которые могут возникнуть неожиданно и радикально, способны нанести огромный вред ее сотрудникам или заинтересованным сторонам. Такие явления можно определить как кризисы, и важно управлять ими эффективно и тактично.

Список цитируемых источников

1. What is crisis management? [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.techtarget.com/whatis/definition/crisis-management#:~:text=Crisis%20management%20is%20the%20application,mitigate%20and%20prevent%20a%20crisis.> — Дата доступа: 05.09.2023.

2. Что такое план антикризисного управления? Шесть действий по его созданию [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://asana.com/ru/resources/crisis-management-plan.> — Дата доступа: 05.09.2023.

УДК 347

А. П. Лаврисюк, Т. Н. Буренок

Учреждение образования «Белорусский государственный университет», Минск, Республика Беларусь

Научный руководитель
Т. Г. Свиридова

ЗАЩИТА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В ЭПОХУ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Введение. Защита интеллектуальной собственности имеет важное значение для поощрения инноваций, творчества и экономического роста в современной экономике, основанной на знаниях. Однако развитие цифровых технологий и глобализация наряду с позитивными эффектами создали серьезные проблемы для защиты интеллектуальной собственности. В работе будет рассмотрена важность защиты интеллектуальной собственности, ее роль в стимулировании инноваций и честной конкуренции, а также проблемы, с которыми она сталкивается в эпоху цифровых технологий.

Основная часть. Обращаясь к истории авторского права, необходимо отметить, что один из первых известных литературных источников о защите интеллектуальной собственности датируется 500 г. до Р.Х., когда поварам в греческой колонии Сибарис была предоставлена многолетняя монополия на создание некоторых определенных кулинарных деликатесов. Самые первые обращения к концепции авторских прав датируются первым веком после Р.Х., когда, несмотря на отсутствие в римском праве института интеллектуальной собственности, римскими юристами обсуждались вопросы, связанные с тем, каким образом должны защищаться результаты интеллектуального труда. Нормативно-правовые акты об интеллектуальной собственности принимались в средневековой Европе. В то время гильдиям, или объединениям ремесленников различных отраслей органами государственной власти предоставлялись полномочия по осуществлению контроля за отраслями промышленности, а также направлению их деятельности. Кроме того, такие гильдии регламентировали, какие именно товары подлежали импорту, продаже и созданию, а также тем, каким образом новые изобретения могли быть введены на рынок. Однако, если анализировать деятельность таких гильдий, можно говорить о том, что они скорее стремились предотвращать изобретательство, чем поощрять его [1].