

Необходимо увеличение срока действия выдаваемых сертификатов и регистрируемых деклараций соответствия. В ЕС, как правило, срок действия декларации о соответствии не ограничен. В Таможенном союзе сроки действия сертификатов и деклараций соответствия крайне ограничены и составляют от 6 месяцев до 5 лет, что соответственно вызывает необходимость проводить периодическое подтверждение продукции каждые 1–5 лет, и это при том, что многие виды продукции контролируются органами по сертификации в течение срока действия сертификата.

Разработка технических регламентов в настоящее время представляет собой слабо упорядоченный процесс. Организации и научные институты, которые по поручению Коллегии ЕЭК занимаются разработкой данных нормативных правовых актов, не несут дальнейшей ответственности за доработку и актуализацию. Необходимо нормативно закрепить процедуры деятельности рабочих групп по разработке ТР ТС и соответственно внести изменения в Положение о порядке разработки, принятия и внесения изменений и отмены ТР ТС.

В то же время в Беларуси были разработаны практические рекомендации по внедрению системы электронного документооборота и интеграции имеющейся базы данных в единую систему управления товародвижением в ООО «Табак-инвест» с целью сокращения временных и трудовых затрат, а также предотвращения попадания в реализацию некачественной продукции и/или продукции, не имеющей документов, подтверждающих ее качество.

Литература

1. Евразийская интеграция — новый отчет // Стандартизация. — 2015. — № 1. — С. 4–5.

А.А. Галущенко
О.П. Шестакова
БГЭУ (Минск)

ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СЕТЕВОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Сетевой бизнес впервые появился в 1934 г. благодаря американскому ученому и бизнесмену Карлу Ренборгу. Этот человек первым пришел к выводу, что лучшей рекламой любого продукта является мнение человека, который сам употребляет данный продукт. Поэтому вместо того, чтобы тратить деньги на рекламу, Карл Ренборг стал платить коммиссионные тем, кто рекомендовал другим его пищевую добавку Nutrilite.

Сетевой бизнес — это новое направление в современном мире бизнеса, которое основано на двустороннем равноправном партнерстве, в котором участвуют с одной стороны компания — производитель той или иной продукции, а с другой — сам человек, заключивший с этой компанией контракт. Компания несет ответственность за производство, доставку продукта, а также за ведение бухгалтерии, учета структурной деятельности каждого своего партнера, а дистрибьютор — за построение своей системы сбыта (сети) предоставленного продукта [1].

Такое направление торговли, как сетевой маркетинг, пришло в страны СНГ чуть более 20 лет назад. В Республике Беларусь наибольшую известность получили такие сетевые организации, как Oriflame, Mary Kay, Herbalife, Avon и многие другие.

В условиях всемирного кризиса индустрия сетевого маркетинга не испытывает тех потрясений, которые испытывает корпоративная экономика, по следующим причинам:

- индустрия сетевого маркетинга законным образом предлагает практически неограниченные доходы в противоположность многим видам работ, где доход строго фиксирован;

- свобода от жестких условий работы по найму;
- возможность общения с новыми людьми;
- возможность самостоятельного выбора деловых партнеров;
- возможность постоянного обучения и личного роста [2].

Проблемы сетевого бизнеса в Республике Беларусь:

- для получения дохода в стадии зрелости организации возникает проблема нахождения новых кадров в пределах географической границы товарного рынка;

- продается не столько товар, сколько возможность нанять и вовлечь новых покупателей-торговцев;

- использование знакомых в качестве инструмента для личной коммерции ведет к потере их лояльности как потребителя;

- сетевой маркетинг отрицает наличие самостоятельности [3].

В Республике Беларусь сетевой бизнес перспективен, так как является новым направлением в нашей стране и в отличие от развитых западных стран практически не существует альтернативных возможностей для получения дохода на лучших условиях.

Таким образом, именно сетевой вид распространения продукции позволяет людям с ограниченными финансовыми возможностями начать свой собственный бизнес и достичь тех доходов, которыми они стремятся располагать.

Литература

1. Новости сетевого маркетинга [Электронный ресурс] // Сетевой маркетинг. — Режим доступа: <http://besuccess.ru/>. — Дата доступа: 29.02.2016.
2. Nature's Sunshine Products [Электронный ресурс] // Компания NSP. — Режим доступа: <http://nspbusiness.com/>. — Дата доступа: 01.03.2016.

3. Проблемы, возможности и перспективы развития маркетинга и торгового дела : материалы конф. / под общ. ред. Н. И. Лыгиной. — М., Берлин : Директ-Медиа, 2015. — С. 324–332.

В.С. Гасанов
БГЭУ (Минск)

СИСТЕМЫ ПРОЦЕССНОГО ПОДХОДА И ОЦЕНКА ВОЗМОЖНОСТИ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В УПРАВЛЕНИИ ТОРГОВЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

В настоящее время функциональный подход управления организациями заменяется процессным, так как использование функционального подхода и его результативность вызывает в торговле ряд проблем:

- обособленность подразделений друг от друга, приводящая к монополизации решений;
- разрушительный для организации характер взаимодействия подразделений друг с другом вместо сотрудничества в интересах организации;
- высокая специализация работников, не позволяющая им видеть возникающие проблемы в целом;
- критерием результативности функционального подразделения является мнение его начальника, а не результаты делового процесса;
- неэффективность информационной поддержки процессов жизненного цикла;
- слабая освоенность управления бизнес-процессами не только работников, но и высшего менеджмента.

Один из основных законов системного подхода: точка оптимальной работы всей системы не соответствует сумме точек оптимальных работ подсистем. Функциональный подход к управлению предполагает максимизацию результативности и эффективности всех отдельных участников бизнес-процесса. В такой ситуации совокупный бизнес-процесс будет далек от максимальной результативности и эффективности. Процессный подход предполагает настройку не оптимальности подпроцессов для достижения максимальной оптимальности, а бизнес-процесса в целом [1, с. 301–315].

В чем состоит специфика управления процессного подхода и зачем он нужен? Какие причины его обуславливают и чем он отличается от функционального подхода?

Процессный подход к управлению — делегирование полномочий и ответственности через бизнес-процессы, где бизнес-процесс — это устойчивая (многократно повторяющаяся) деятельность, преобразующая ресурсы (входы) в результаты (выходы). В рамках процессно-