

комплекса технологического оборудования КПС; адаптивная структурная настройка внедренной КПС на основе мониторинга изменяющейся рыночной конъюнктуры.

Основной принцип построения КПС, обеспечивающий ее ресурсную избыточность – выделение инвариантной и адаптивной составных частей. Управление конфигурацией в период функционирования КПС по сути ограничивается изменениями ее адаптера. Поэтому исключительно важное значение имеет правильный выбор начальной конфигурации КПС, точнее ее функционального инварианта, соответствие которого текущей и прогнозируемой рыночной ситуации напрямую зависит от качества маркетинговых исследований.

**Семак Е. А.**  
БГУ (Минск)

### **СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ МАРКЕТИНГА**

Общей проблемой, препятствующей прогрессу менее сильных в экономическом отношении стран, является глобализация, истоки которой, и, соответственно, механизмы противостояния, находятся в сфере бизнеса. В силу того, что профессиональные покупатели товаров и услуг становятся более глобальными в своем подходе к бизнесу, концепция отдельных национальных рынков все интенсивнее теряет свою актуальность.

На современном этапе также усложнилась и усилилась компетенция потребителей. Они становятся все более требовательными к качеству, надежности и долговечности товаров. Это связано с улучшением информационной базы за счет достижений в системах коммуникации и обработки информации, а также концентрации закупочной деятельности в ряде отраслей промышленности. Прямым результатом технологического прорыва в области обработки информации и коммуникаций, стал переход от одно-продуктового бизнеса к системному мышлению, которое предполагает торговлю на основе репутации и приспособление производства и сбыта к конкретным пожеланиям потребителей. Решение этой задачи требует достижения долгосрочных взаимоотношений с потребителями и подчинения их интересам. При этом компаниям следует ориентироваться на убыстряющиеся перемены потребительских предпочтений. Время стало важной составляющей конкурентного преимущества, и предприятием необходимо постоянно оценивать степень своей близости к запросам потребителей и рынка.

**Семак В. М.**  
Академия управления при Президенте РБ (Минск)

### **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТЕОРИИ УПРАВЛЕНИЯ**

С развитием горизонтальных корпораций, с развитием которых связываются основные тенденции формирования организаций будущего. Организационная структура в них формируется не по отношению к поставленной задаче, а вокруг процесса. Вместо создания структур на основе набора функций и департаментов компания строится вокруг ее трех—пяти коренных процессов со

специфическими целями каждого из них. Такая структура представляет собой плоскую иерархию. Сокращается вертикальное администрирование, сочетаются фрагментные задачи. Происходит минимизация деятельности внутри каждого процесса. Важной чертой подобной организации является использование групп (команд) для управления любыми работами. Группы становятся основным «строительным» блоком организации. При самоуправлении групп ограничивается руководящая роль менеджеров в организации. Группа имеет общую цель. Ответственность и подотчетность используются для оценки степени достижения поставленных целей. При этом ведущим звеном и показателем успеха становится удовлетворение потребителей, а не увеличение запасов товаров или рентабельности.

В настоящее время в организации управления начался переход от командно-контрольной организации, разделенной на департаменты и отделения к «информационно-базирующейся» организации, организации специалистов, глубоко владеющих знаниями.

Развитие управления должно обеспечить использование возможностей и потенциала свободного предпринимательства внутри предприятия. Такие преобразования должны охватить линейные, функциональные, маркетинговые структуры и высших руководителей. Они станут автономными «внутренними предприятиями», которые будут покупать и продавать товары и услуги внутри и вовне и объединяться едиными информационными сетями, финансовыми системами и предпринимательской культурой. Лидеры автономных подразделений должны сотрудничать с целью придания таким образом «организованной экономике» формы «управляемых рынков», что вызывает необходимость создания стратегических альянсов, совместного использования технологий и решения общих проблем.

**Сенько А.Н.**  
БГЭУ (Минск)

## **СИСТЕМА СЕРТИФИКАЦИИ И ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬ**

Для ввода в обращение продукции, которая попадает в законодательно регулируемую область, требуется официальное подтверждение того, что она соответствует всем предъявленным законодательством требованиям. Одной из форм такого подтверждения является сертификация продукции, проводимая независимой третьей стороной (первая – изготовитель, вторая – потребитель).

Как показывают проведенные исследования, формирование эффективных систем сертификации однородной продукции осуществляется с учетом следующих основных факторов: наличие аналогичной международной системы; общность технических принципов устройств (способов функционирования) продукции; общность назначения продукции и (или) требований к ней; общность методов испытаний; общность сферы распространения, нормативных документов.