

лишь непрерывно практикуясь. Аналогичное требование выдвигает АРИЗ-ТРИЗ, одна из успешных технологий творчества. Наконец, цель обоих подходов заключается в создании систем производства информационного ресурса.

Разумным представляется построение гибридной системы на основе СНУПП (как более формализуемой и доказавшей свою эффективность) с включением инновационной составляющей. Управление ею имеет ряд особенностей по сравнению с традиционным инновационным менеджментом.

Инновацией будет считаться любое изменение во внутренней структуре организации, переход от предыдущего к новому состоянию. Данный подход характерен для чешской школы инновационного менеджмента, в частности, работ Ф. Валенты, в которых утверждается, что разница между новым и только улучшенным не так резка, является чисто субъективным решением.

Необходимо смещение части задач и усилий менеджеров из стратегической сферы в область корпоративной культуры. Деятельность предприятия, ориентированного на успех, можно представить в виде цепочки «выявление и сбор знаний – развитие знаний и способностей – формирование компетенций – инновации – достижение устойчивых конкурентных преимуществ», близкой к идеологии самообучающейся организации.

В информационной сфере основной проблемой видится выделение ценных идей из большого потока предложений и обеспечение объективности при их рассмотрении.

Предлагается воспользоваться методами кластерного анализа с использованием следующих параметров: планируемый эффект, сфера применения, разрешение противоречия, новизна и оригинальность, степень влияния на внутреннюю и внешнюю среду, улучшение качества, эргономичность, соответствие стратегическим целям предприятия, ресурсные затраты, срок реализации. В результате идея будет с высокой степенью достоверности отнесена либо к инновациям, либо к предложениям по улучшению с дальнейшим прохождением по соответствующим контурам принятия решений.

Слияние потенциалов инноваций и непрерывных улучшений поможет в решении проблем успешности и эффективности предприятий в рыночных условиях.

## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К НАЗНАЧЕНИЮ ТАРИФОВ**

**Ивуть Р.Б., д.э.н., профессор, Невар Л.В.**

*УО «Бобруйский филиал БГЭУ»*

На современном этапе обсуждается целый ряд теоретических положений, позволяющих обосновать стратегию и тактику определения цен на услуги предприятия в различных условиях. Практическое применение этих положений, однако, оказывается обычно чрезвычайно затруднительным или вовсе невозможным.

К числу причин, ограничивающих применимость теоретических положений, следует отнести следующие:

- большинство теоретических моделей предполагает, что известна зависимость спроса на услуги предприятия от цены. Однако поиск такой зависимости на практике обычно требует проведения специальных дорогостоящих и длительных исследований, которые могут позволить себе лишь очень крупные предприятия;

- теоретические модели обычно позволяют рассчитать оптимальную цену по строго определенному критерию (объем доходов, прибыль предприятия и т.д.). Однако в практической деятельности предприятий решения, как правило, никогда не принимаются по единичному критерию;

- любая теоретическая модель содержит более или менее серьезные допущения, которые на практике не выполняются;

- аккуратное использование моделей (сбор и обработка данных, проведение расчетов и т.д.) требуют определенного времени, в течение которого конъюнктура изменяется и полученный результат может оказаться бесполезным, поскольку не будет соответствовать новым условиям.

Поэтому с точки зрения практики коммерческой работы теории формирования тарифов следует рассматривать как необходимую основу, позволяющую понять общие закономерности ценообразования и выработать прикладные подходы к разработке тарифов предприятия.

В практической деятельности по установлению цен на автотранспортные услуги должны учитываться, прежде всего, три основных ориентира – себестоимость предоставления услуги, средние цены рынка и предельная платежеспособность потребителя.

Себестоимость в подавляющем большинстве случаев рассматривается как допустимая нижняя граница цены. Установление цены ниже себестоимости может производиться только как временная мера, предпринимаемая в исключительных случаях, например, в целях удержания выгодного потребителя или определенного сегмента рынка сбыта услуг.

Платежеспособность конкретного потребителя в сочетании с реальными характеристиками предоставляемых ему услуг во всех случаях определяет верхнюю границу цены. Сложившиеся на рынке цены, характерные для большинства конкурентов, определяют ориентировочное среднее значение цены.

Время указанными характеристиками определяется тот практический диапазон, в котором устанавливается конкретная цена услуги. Смысл всех действий по ее определению заключается, в конечном счете, в том, чтобы максимально сузить этот диапазон для принятия окончательного решения, учитывая при этом общие задачи предприятия, факторы текущей конъюнктуры рынка, ограничения, налагаемые органами государственного управления и т.д.

Анализ практики работы автотранспортных предприятий позволяет указать следующие основные подходы к практическому установлению цен на услуги, связанные с перевозками грузов: подход на основе сложившегося уровня текущих цен; подход на основе установления наценки к себестоимости (издержки

плюс прибыль); подход на основе достижения расчетной целевой прибыли; подход на основе платежеспособности потребителя или группы потребителей.

Тарифная политика автотранспортных предприятий во всех случаях должна соответствовать тем задачам, которые предприятие ставит перед собой на конкретном сегменте рынка, и способствовать решению этих задач. Автотранспортное предприятие, которое работает одновременно на разных видах перевозок, нередко вынуждено ставить перед собой неодинаковые задачи в отношении разных секторов рынка (например, выживание на международных перевозках и увеличение своей доли на местных перевозках нефтепродуктов). Соответственно, и постановка задач тарифно-ценовой политики в отношении этих видов деятельности также должны быть различными.

## **НОВЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ЭКОНОМИКОЙ РЕГИОНА**

**Игнатович А.А., аспирант, Асанович В.Я., д.хим.н., профессор**  
*УО «Белорусский государственный экономический университет»*

Существующие подходы к управлению экономикой опираются на результаты анализа ситуации в текущий период, учета отклонений показателей от плановых и разработке мер по устранению отклонений. Однако, разработка этих мероприятий не всегда опирается на научно-обоснованную базу. Они зачастую не согласованы, иногда даже могут противоречить друг другу, так как отражают интересы различных групп.

Нами предлагается новый подход к разработке мероприятий по стратегическому управлению экономикой региона. Он основывается на использовании результатов исследования проблем экономической безопасности.

Определив наиболее кризисные параметры экономической безопасности, разрабатываем возможные варианты исправления ситуации по этим параметрам. Для этого мы предлагаем использовать метод изыскания резервов роста, который позволяет количественно оценить резервы развития экономики региона.

Модель построена на взаимосвязи организационного, социального уровней, уровней управления и региональной безопасности и влиянием их на экономический уровень. Так как состояние территории определяется ее свойствами, а свойства – отношением входящих элементов: целей, ресурсов, структуры, то переход от одного состояния к другому связан с изменением отношений между целями, ресурсами и структурой.

Системные и базовые объекты управления развитием региона соотносятся как причина и следствие: если противоречия между целями, ресурсами, структурой вскрывают источники развития, то видимым проявлением и результатом их разрешения является изменение организационного, социального уровней, уровней управления и региональной безопасности.

На основании этого можно получить классификатор развитости. Теоретиче-