К ВОПРОСУ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ НОВОВВЕДЕНИЙ В АСПЕКТЕ ЕВРОПЕЙСКИХ РЕАЛИЙ

Расширение Европейского союза (ЕС) и открытость Республики Беларусь для установления торговых отношений влечет за собой обострение конкуренции на рынках товаров и услуг, вынуждает многие отечественные организации (фирмы, компании, предприятия) искать более совершенные инструменты борьбы за потребителей, обеспечение устойчивого положения на занимаемых сегментах рынка, создание предпосылок для их дальнейшего развития в трансграничных регионах.

Современные отечественные организации должны уметь учитывать влияние европейской экономической интеграции на изменение потоков товаров, капитала и рабочей силы, иметь возможность гибко реагировать на внешние воздействия, обладать способностью и механизмами приспособления к условиям изменяющейся конкурентной среды. Для большинства белорусских организаций приспособление к изменяющейся внешней среде — самая насущная проблема. Одна из ее причин в том, что персонал организаций и, прежде всего, руководство в большинстве случаев психологически не готовы приспосабливаться к условиям, которые диктует расширение ЕС и глобализация экономики. Тем не менее, целесообразность совершенствования, разработки механизмов приспособления, разнообразных преобразований и управленческих нововведений в области маркетинга постоянно осознается. Это обуславливает настоятельную необходимость обеспечения специалистам оперативного доступа к базовым понятиям и современным знаниям в области маркетинга, определяемым большим количеством взаимосвязанных параметров и факторов. Последнему в значительной степени может способствовать наличие единой учебно-методической модульной программы по управленческим нововведениям в цикле дисциплин “Маркетинг”.

Рассмотрим процесс формирования такой программы, применительно к детализации двух курсов маркетинга, имеющих преимущественный интерес для экономики трансграничных регионов, — “Управление качеством” и “Инфраструктура рынка”. Создание модульной программы осуществлялось нами по разработанной методике, предусматривающей пять этапов. Первый этап начинался с определения дидактической цели цикла дисциплин “Маркетинг” — изложить сущность маркетинга как эффективной концепции управленческой и производственно-сбытовой деятельности применительно к практике отечественных организаций, в том числе с учетом особенностей внешне-торговых отношений между Республикой Беларусь и ЕС.

На втором этапе из цикла дисциплин выделялись дидактические цели курсов, в которые входило раскрытие нововведений и содержание концепции маркетинга, маркетинговых исследований, стратегий, ком-

плекса маркетинга, маркетинговой программы, деятельности, компьютерных технологий и Интернет в маркетинге.

Третий этап предусматривал формирование из курсов дидактических целей блока модулей, которые предусматривали конкретизацию разнообразных преобразований в товарной, сбытовой, ценовой и коммуникационной политике.

В последующем (на четвертом этапе) из блока модулей выделялись дидактические цели необходимых модулей, т.е. в нашем случае — “Управление качеством” (УК) и “Инфраструктура рынка” (Инф Ры).

Следующий (пятый) этап разработки — выделение из целей модулей (УК) и (Инф Ры) частных дидактических целей и создание учебных элементов.

Цель модуля УК — дать специалистам теоретические основы и практические рекомендации по организации управления качеством продукции в организации в соответствии с требованиями международных стандартов ИСО 9000: 2000 и изменяющейся конкурентной среды.

Модуль УК состоит из девяти учебных элементов, в основу которых положен системный подход, охватывающий проблему качества и конкурентоспособности продукции (товаров, услуг) через философию бизнеса — маркетинг.

Инфраструктура рынка — взаимосвязанный комплекс учреждений, предприятий, организаций, обслуживающих деятельность различных рынков по продвижению товаров и услуг, ценных бумаг, капитала, труда (рабочей силы). Рассмотрение и обобщение совокупности видов деятельности, обеспечивающих эффективное функционирование объектов рыночной экономики и их единство в условиях глобализации и обостряющемся конкурентном пространстве, ознакомление с научными приемами и принципами организационно-экономической работы на рынках, ярмарках, товарных и фондовых биржах, выставках, при осуществлении оптовой, розничной торговли, а также при налогово-таможенном оформлении, в том числе в трансграничных регионах, послужили основой для разработки единого модуля.

Комплексный подход (охват проблемы с учетом истории развития и становления), используемый при разработке каждого учебного элемента дает возможность специалистам:

- выявить роль и функции инфраструктуры (составных элементов), основные направления ее развития с учетом особенностей внешне-торговых отношений между Республикой Беларусь и ЕС;
- овладеть передовыми механизмами и приемами биржевой торговли, современной биржевой информатикой, используемыми при ведении бизнеса в странах ЕС;
- изучить формы и методы осуществления небиржевого посредничества, подготовки и проведения ярмарок, выставок-продаж и аукционов в трансграничных регионах;
- выяснить правовое обеспечение, суть и перспективы возможной модернизации кредитно-финансовой, коммуникационной, налоговой и

таможенной инфраструктуры белорусского рынка, учитывающих влияние европейской экономической интеграции на изменение потоков товаров, капитала и рабочей силы.

Разработанные учебные элементы способствуют приобретению практических навыков для решения конкретных задач, связанных с осуществлением деятельности рынков инфраструктурного комплекса национальной экономики Беларуси на новой границе.

В заключение отметим, что использование единой учебно-методической модульной программы позволяет повысить уровень управленческих решений руководителей и специалистов за счет решения следующих задач:

- поэтапной реализации основных уровней мыслительной деятельности (понимания, логического мышления, творческого мышления), а также смещения познавательного процесса в сторону активных форм;
- компьютеризированного управления циклами подготовки и переподготовки специалистов, запараллеливания процессов приобретения знаний, навыков и умений в ходе подготовки с использованием открытых, виртуальных и интеллектуальных сред;
- формирования методических и программных средств, в том числе гипертекстовых мультимедийных технологий, средств рейтинг-контроля усвоения полученных знаний, обеспечивающих эффективное использование возможностей сети Интернет для дистанционного обучения;
- интеграции образования с передовыми отечественными и европейскими системами подготовки специалистов;
- обеспечения каждому специалисту в любом регионе доступа к обобщенной информации, отражающей современные походы и тенденции в области управленческих нововведений.

Н.Д. Новиков
БТЭУ ПК (Гомель)

МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ РАСШИРЕНИЯ ЕС ДЛЯ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В КОНТЕКСТЕ МАКРОАНАЛИЗА МАЛОЙ ОТКРЫТОЙ ЭКОНОМИКИ

Вполне очевидно, что расширение Евросоюза ведет к изменению геэкономических условий функционирования экономики Республики Беларусь. Встает вопрос, какое влияние это окажет на внутриэкономические процессы Республики Беларусь. Своеобразие экономики республики состоит в том, что, с одной стороны, она находится в состоянии трансформации, с другой — выступает в качестве экономической системы открытого типа. Как экономика открытого типа она характеризуется следующими чертами.

Во-первых, экономика Беларуси является типичным примером малой открытой экономики с высокой степенью открытости, которая ха-