

предприятия. Формирование и поддержание духа экспериментаторства создает основу для постоянного генерирования инноваций, которые являются основным источником конкурентоспособности предприятия.

В-пятых, проявление терпимости к неудачам.

В-шестых, выделение достаточного количества ресурсов как финансовых, материально-технических, так и ресурсов времени, информации, людей.

Таким образом, расширение свободы в деятельности и информационного обмена между инноваторами, поощрение экспериментаторства в сочетании с терпимостью к возможным неудачам создают значительно более широкие возможности для реализации творческого потенциала инноваторов и использования его как одного из конкурентных ресурсов фирмы. Причем безынициативность, отсутствие идей рассматриваются как недостаток в деятельности работника.

Инновационная политика предприятия должна быть направлена на стимулирование творческой инициативы и максимальное преодоление препятствий для развития и реализации такой инициативы.

<http://edoc.bseu.by:8080/>

*И. Ф. Ивашевич
ПолесГУ (Шинск)*

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЯХ

Сегодня бизнес активно ищет новые возможности повышения эффективности бизнес-процессов и конкурентоспособности. В связи с этим в последние годы представители белорусских предприятий все чаще говорят о возможности новых коммуникационных систем и приложений. Зарубежные компании уже давно назвали бизнес-коммуникации «новым двигателем» успешности современного предприятия.

В современных условиях отношение к деловым коммуникациям кардинально изменилось. Появление нового коммуникативного пространства, связанного с демократизацией экономики, обусловило возрастание значимости деловой коммуникации, которая из дополнительного инструмента по отношению к сфере производства товаров, работ и услуг превратилась в важную функцию, осуществляемую субъектом предпринимательства для достижения делового успеха.

На сегодняшний день накоплен значительный опыт коммуникативного анализа в разных научных дисциплинах социогуманитарного, естественнонаучного и научно-технического направлений.

В отличие от других видов коммуникаций деловые коммуникации являются активной формой реализации интересов субъектов бизнеса.

Осуществление деловых коммуникаций состоит из совокупности воздействий предпринимателей на свое окружение (внутрифирменная и внешняя среда бизнеса) и противодействия встречному влиянию этого окружения.

Внешняя среда бизнеса, в отличие от внутренней среды фирмы, представляет собой совокупность:

- внешних условий (степень развития экономики, технические и технологические параметры, стереотины);
- факторов деятельности (приоритеты государственной экономической политики, степень социальной и политической стабильности);
- особенностей окружения каждого из субъектов бизнеса, непосредственно или опосредованно влияющих на их деятельность и взаимоотношения друг с другом.

В настоящее время все большее значение приобретают Интернет-коммуникации, т. е. это такие методы общения, при которых передача информации происходит по каналам Интернет с использованием стандартных протоколов обмена и представления информации. Информация может передаваться в различной форме – голос, видео, документы, мгновенные сообщения, файлы.

Использование традиционных механизмов коммуникаций, таких как факс или проводной телефон, сегодня быстро замещается новыми технологиями – обмен мгновенными сообщениями, электронная почта, передача голоса и видео через Интернет. В настоящее время уже существует ряд продуктов, каждый из которых обеспечивает работу того или иного механизма коммуникаций, с минимальным вторжением в соседнюю область.

Разрабатываемое CommuniGate Systems программное обеспечение используется провайдерами широкополосного доступа, мобильными операторами и корпорациями по всему миру. Оно является платформой для универсальных Интернет-коммуникаций, которая позволяет строить многофункциональные коммуникационные приложения, обеспечивающие передачу информации с использованием различных механизмов коммуникаций.

В настоящее время уже внедряются приложения, обеспечивающие взаимодействие в реальном времени, используя передачу голоса и видео, мгновенных сообщений и статуса присутствия.

Многие компании взяли курс на полную модернизацию телекоммуникационных структур, что позволяет говорить об оздоровлении и цивилизованности всего рынка в целом. И это, безусловно, очень позитивные симптомы для рыночной экономики.

В.Ф. Карнович

Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси (Минск)

ОПТИМИЗАЦИЯ СТРУКТУРЫ КОМПЛЕКСА ПРОДВИЖЕНИЯ В ОРГАНИЗАЦИЯХ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

В большинстве организаций агропромышленного комплекса планирование маркетинговой деятельности осуществляется формально, а финансирование комплекса продвижения осуществляется по мере наличия средств.