

выбирать графическое изображение для сокрытия большего объема информации. Нежелательно в качестве контейнера использовать web-страницу, так как после внедрения конфиденциальных данных размер результирующего стеко контейнера изменяется. Этот факт может вызвать подозрение у злоумышленника.

<http://edoc.bseu.by>

В. Г. Горовой
БГУИР (Минск)

ВЫЗОВЫ ДЛЯ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ В БЕЛАРУСИ

Сегодня не вызывает никаких сомнений, что информационные ресурсы стали совершенно необходимым условием для устойчивого функционирования и прогрессивного развития любой организации. Человек, не вооруженный специальной техникой и технологиями, уже не способен справиться с современными задачами, стоящими в области управления сложными производственно-экономическими системами ни на макро-, ни на мезо-, ни на микроуровнях.

Между тем есть все основания утверждать, что информационные ресурсы в нашей стране применяются недостаточно эффективно. Возможности, которые ими предоставляются, полностью не используются, иногда игнорируются, а зачастую и сводятся на нет действиями в других сферах деятельности. Причины такого положения дел различны.

Одной из них является то, что несмотря на значительное внимание к информационным ресурсам со стороны государства процесс цифровой трансформации в нашей стране протекает достаточно медленно. Множество современных компьютеров, наблюдаемое в каждом кабинете любого учреждения, еще не дает основание утверждать, что их возможности используются в полной мере. Для эффективного применения информационных ресурсов необходимо создавать и соответствующие условия, в частности применять иные формы организации труда, производства и управления.

Промышленная революция (Великая индустриальная революция) XVIII–XIX вв. произошла не в результате появления прядильной машины, ткацкого станка и парового двигателя как таковых. Появлению последних предшествовало разделение труда на отдельные технологические операции и переход от цехового к мануфактурному производству, труду наемных работников, т.е. произошли организационные и социально-экономические изменения, которые и позволили эффективно применять появившиеся машины. Переход к машинному производству в условиях средневековой цеховой организации ремесла был невозможен. Промышленный переворот таким образом явился результатом не изобретения новых машин, а гармоничного взаимодействия комплекса факторов технического, организационного и социально-экономического характера.

Данное взаимодействие является залогом прогрессивного развития и сегодня. Широкое внедрение в управленческую деятельность информационных ресурсов само по себе не приводит к значимым положительным результатам. Для их эффективного применения необходимо создание соответствующих условий. Точно так же, как появление в начале прошлого века конвейера потребовало организационной перестройки производственного процесса, так и развитие информационных ресурсов сегодня требует внедрения иных, отличных от сложившихся в нашей стране форм организации труда, производства и управления. Именно об этом достаточно ярко высказался один из высокопоставленных белорусских чиновников: «Процессы на предприятиях должны оцифровываться, но перед оцифровкой они должны быть оптимизированы. Всегда говорю: автоматизированный

бардак не становится порядком. Самое страшное, что можно сделать — попытаться свой аналоговый процесс оцифровать, оставив таким же глупым. Взять, к примеру, всю бюрократическую машину, существующую в любом министерстве, и просто сделать ее цифровой. Эффект будет не очень» [1].

Источник

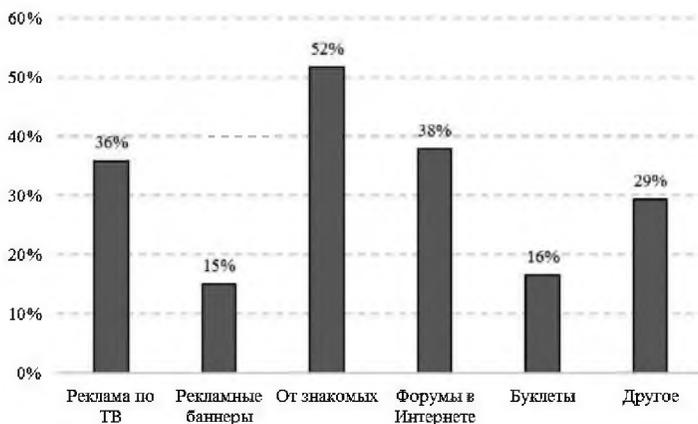
1. «Автоматизированный бардак не становится порядком». Есть ли цифровое будущее у Беларуси [Электронный ресурс] // Белорус. портал TUT.BY. — Режим доступа: <https://news.tut.by/economics/626557.html?crnd=65257>. — Дата доступа: 18.02.19.

И. В. Денисейко
БГЭУ (Минск)

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТОВ ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ БЕЛОРУССКИМИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ

На рынке продуктов детского питания присутствует постоянное изменение контингента покупателей, поскольку наиболее пристальное внимание родители уделяют кормлению детей в их раннем возрасте (до трех лет). В связи с этим компании, производящие детское питание, вынуждены постоянно работать над вопросами продвижения своей продукции на рынке, тем более, что рынок отличается высокой емкостью. На территории Республики Беларусь продается продукция порядка 40 различных брендов, только около 10 из которых — отечественные.

Согласно данным анкетного опроса [1], проведенного летом 2018 г., более половины респондентов получают информацию о продуктах питания и их видах от знакомых. Чуть более трети опрошенных доверяют рекламе по телевидению, примерно столько же респондентов получают информацию из социальных сетей на разных форумах (см. рисунок).



Удельный вес респондентов в выборке