

*А.С. Сверлов, канд. экон. наук, доцент
alekseisv@mail.ru
И.Л. Акулич, д-р экон. наук, профессор
kt@bseu.by
БГЭУ (Минск)*

ВЛИЯНИЕ КОНЪЮНКТУРЫ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ РАЦИОНАЛИСТИЧЕСКОГО И ЭВРИСТИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

Современное развитие предприятий и их эффективное функционирование на рынке возможно в случае эффективного сочетания рационалистического и эвристического (революционного) путей развития. Революционный подход к организации производства предполагает его изменение не только в связи с влиянием рыночной конъюнктуры, но и в случае оптимизации затрат. Как правило, оптимизация выполняется для возможности ведения эффективной конкурентной борьбы. Крупные промышленные предприятия оптимизируют затраты в связи с необходимостью аккумуляции достаточного объема средств для расширенного воспроизводства и сохранения предпринимательской деятельности в перспективе. Очевидно, что применение в произвольном порядке рационалистического и эвристического подходов будут оказывать деструктивное влияние на предпринимательскую деятельность предприятия. Поэтому для стабильного функционирования предприятия на рынке необходимо принять обоснованное решение о рационалистическом и эвристическом путях развития. Как правило, эвристический переход можно обосновать в случае, если по уровню предельных затрат рационалистический путь развития себя исчерпал.

Оба пути развития связаны с затратами. Разница не только в размерах, но и в применении фактора срочности. Как правило, эвристическое развитие связано с единовременными расходами, которые предполагают в том числе изменение бюджетов маркетинга, тогда как рационалистическое — предполагает постоянное финансирование присутствия предприятия на рынке.

Применение конкретного пути развития в производстве в значительной степени определяется конъюнктурой и необходимостью учитывать эволюцию требования потребителей к свойствам и характеристикам выпускаемых товаров. Повышение требований к свойствам и качеству товаров предполагает использование более эффективных технологий и способов организации производства. При этом изменяются подходы к оценке функционирования производства, в том числе предусмотренные моделями (например, Солоу), а также соотношение живого и овеществленного труда. В такой ситуации необходимо внести коррекцию в подходы организации маркетинга на предприятии, внедрив не только новые методы продвижения товаров, но и наиболее эффективные средства обработки информации и системы поддержки принятия решений. Применение эффективного сочетания рационалистического и эвристического развития позволит предприятию применить новую комбинацию ресурсов и более эффективную маркетинговую стратегию. Его результат в части продвижения продукции на рынках будет сопровождаться изменением количественных параметров присутствия предприятия на рынке и его доли, редакцией страновых и региональных приоритетов продвижения товаров национальных производителей, а в ряде случаев и ростом емкостных показателей. Однако в новых условиях этот рост будет признан эффективным.

Обоснованное применение эвристического и рационалистического развития окажет существенное влияние на предпринимательскую деятельность предприятий смежных отраслей. Рост требований потребителей к качеству продукции предполагает использование качественных материалов и эффективных способов их обработки, а также повышение этих требований со стороны предприятий смежных отраслей. Мультипликационного эф-

фекта на рынке в связи с применением данного подхода можно достичь при корректном выборе отраслей и крупных предприятий, которые не только занимают существенный удельный вес, но и имеют множество связей с организациями других отраслей. Подобный подход положительно повлияет на рост прибыли предприятий, окажет долгосрочный положительный эффект на качественную составляющую развития внутреннего рынка и предпринимательской деятельности на нем белорусских производителей.

Таким образом, эффективная предпринимательская деятельность основана на рациональном сочетании эвристического и рационалистического подходов. Их чередование оказывает существенное влияние не только на качественные характеристики товаров и степень удовлетворения потребителей, но и на способ организации производства. Финансирование затрат, которое сопровождается применением эвристического подхода, связано не только с организацией нового способа производства, но и с применением качественно новых подходов к маркетингу и его бюджетированию.

A. Turchinskaya, student
anna.turchinskaya@gmail.com
BSEU (Minsk)

SECTOR-SPECIFIC FEATURES OF ORGANIZATIONAL CULTURE IN INFORMATION TECHNOLOGY COMPANIES

An organization is an organism whose life potential is based on its corporate (organizational) culture. It includes basic principles, values, standards of behavior, and other aspects uniting employees within the organization and, at the same time, distinguishing one company from another. In recent decades special attention has been paid to the study of the corporate culture phenomenon. *Peters and Waterman* (2002) emphasize the importance of corporate culture for the success of an enterprise stressing that managers should not only solve economic issues but also create a favorable working atmosphere. *Schein* (2002) argued that in large organizations, along with the core culture shared by the entire company, subcultures with their own characteristics, norms, and beliefs are often formed within individual divisions such as departments or workshops [1, p. 112].

Traditionally, two groups of elements are included in the structure of corporate culture: objective and subjective components. The first group comprises material elements of culture; the subjective components reflect people's values, philosophy, norms, rites and rituals, mentality, communication style, management openness to the subordinates, etc. [2, p. 67–89].

Corporate culture of each individual enterprise is unique. It is determined by various factors including national traditions and other companies' experience. However, no less important is the type of the industry it operates in. In this regard, there can be identified a number of features that are more or less common to most enterprises in the IT sector. Their main peculiarity is a significantly greater share of creative work. Managers of IT companies strive to encourage employees to spend as much time in the office as possible, so close attention is devoted to the organization of work space. A high-quality software product is usually created by a team consisting of several information technology specialists with various technical skills. Consequently, the success of the project highly depends on a well-organized communication system. *Cameron and Quinn* (2012) revealed the dominance of the adhocratic type of management structure in organizations in this area. Companies of this type encourage innovation, creativity and risk-taking [3, p. 267].

Various theories, methods and tools are used to analyze the effectiveness of corporate cultures. *Fey and Denison* (2000) characterized effective organizations through four key indicators: involvement, consistency, adaptability, and mission. In our field study, we have applied