

- общее количество депортированных иностранных граждан и лиц без гражданства по месяцам за определенный период;
- общее количество депортированных иностранных граждан и лиц без гражданства по причинам депортации;
- список иностранных граждан и лиц без гражданства, срок запрета въезда которых уже истек;
- список иностранных граждан и лиц без гражданства, въезд которым в Республику Беларусь на определенную дату закрыт.

В базе данных предусмотрен экспорт измененных данных за определенный период в отдельный файл для передачи этих данных в центральный информационный центр, для обобщения всей информации о депортированных иностранных гражданах и лиц без гражданства по Республике Беларусь.

База данных для учета депортированных иностранных граждан и лиц без гражданства должна быть построена на следующих принципах:

- принцип обоснованности данных, внесенных в базу данных для учета депортированных иностранных граждан и лиц без гражданства, который предусматривает внесение данных в систему на базе подлинных документов;
- принцип целостности, полноты и достоверности данных;
- принцип конфиденциальности информации, который предусматривает персональную ответственность работников, отвечающих за обработку информации в базе данных для учета депортированных иностранных граждан и лиц без гражданства, в соответствии с действующим законодательством, за нерегламентированное использование и распространение персонифицированной конфиденциальной информации.

Под целостностью данных понимают состояние данных, когда они сохраняют свое содержание и однозначно интерпретируются в условиях случайных воздействий. Целостность данных считается сохраненной, если они не были искажены или разрушены (не стерты).

Под полнотой данных понимают количество собранной в базе данных для учета депортированных иностранных граждан и лиц без гражданства информации в соответствии с нормативными документами.

Под достоверностью данных понимают степень соответствия данных, хранимых в памяти компьютера или в документах, реальному состоянию отображаемых ими объектов конкретной области.

Базы данных для учета депортированных иностранных граждан и лиц без гражданства разработана с использованием СУБД MS Access, т.к. она является широко-распространенной СУБД, популярна своей доступностью в изучении и простотой работы.

Проанализировав данные статистические отчеты, можно сделать вывод, что большая часть иностранных граждан и лиц без гражданства депортируются по причине нарушения режима пребывания и наибольшее число депортированных иностранных граждан являются гражданами стран СНГ.

Литература

1. О правовом положении иностранных граждан и лиц без гражданства в Республике Беларусь. Закон Республики Беларусь от 03.06.1993 г. № 2339-ХІІ (в ред. от 26.12.2007 г.)
2. Об утверждении Положения о порядке депортации иностранных граждан и лиц без гражданства. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 15.03.2007 г. № 333 (в ред. от 10.01.2008 г.)

СОВРЕМЕННОЕ ИННОВАЦИОННОЕ УПРАВЛЕНИЕ – ОСНОВА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УСТАНОВЛЕНИЯ ДОЛГОСРОЧНЫХ ОРИЕНТИРОВ

И.М. Павленко

*Невинномысский государственный гуманитарно-технический институт, г. Невинномысск, Россия
pavirina05@mail.ru*

Производство представляет собой целенаправленное воздействие на коллективы людей для организации и координации их деятельности в процессе общественного труда. Общественно-трудовые связи формируются путем прямого объединения рабочей силы в кооперацию на основе общественного разделения труда. Характерной особенностью всякого разделенного, но скооперированного труда становится необходимость его регулирования. Прием инновационного управления – это способ воздействия субъекта управления на объект управления, который заключается во взаимодействии инноваций, инновационных процессов и отношений в группе на рынке реализации нововведений.

Развитие производства достигло таких размеров, что сделало невозможным управление по «старинке». Потребовалась организация управленческого труда и превращение его в самостоятельный вид деятельности. При этом с ростом масштабов производства функция управления достигла определённой

степени сложности, что становится невозможным обойтись без создания средств поддержки, повышающих качество и производительность управленческого труда. Возникла объективная необходимость в научном осмыслении роли управления, управленческих функций и развитии средств повышения производительности этого труда за счёт внедрения понятия инновационной стратегии, что означает взаимосвязанный комплекс действий направленных на достижения цели. Современный кризис является результатом неадекватности в изменяющихся обстоятельствах и неоперативности реагирования.

Инновация в любой отрасли оперирует обоснованными экономическими законами, определяющими необходимую и существенную связь нововведений в природе, обществе и производственных отношениях. Эти законы объективны и результативны. Руководитель должен не только изучать их, и не отменяя следовательно создавая новое, прогрессивное передовое. Отсюда следует, что от знания законов, умения их использовать во многом зависит успех развития социально-экономических событий и хозяйственной практики.

Возросшая сложность и динамичность производства, развитие специализации предприятий и кооперирование, сложная производственная структура, связи и взаимодействия, огромный объем вычислительных работ, связанных с планированием и регулированием хода производственного процесса, привели к тому, что задача координации работы промышленных предприятий внутри корпоративных объединений и производственных звеньев в составе предприятий стала сложной и трудоемкой. Огромное количество информации в виде сведений о достижениях в науке и технике, различного рода сводок, отчетов и т.п. вызвало перегрузку управленческого персонала. Снять ее при одновременном существенном повышении эффективности управления оказалось возможным лишь при появлении ЭВМ, принявшей на себя большую долю интеллектуального труда человека в сфере управления.

Производительные силы не стоят на месте, они развиваются и приумножаются пропорционально массе знаний, унаследованных от предшествующих этапов. Следовательно, не может быть неизменной, застывшей и система управления производством. Она должна постоянно совершенствоваться, чтобы наилучшим образом отвечать постоянно возрастающим потребностям и новым задачам развития человеческой цивилизации.

Являясь инструментом стратегии управления, нововведения несут в себе суть рычагов эффективного вмешательства в целостный организм, вызывая изменения в тех областях, на которых стоит гриф «цели», влияя на отдельные факторы ее микросреды. Инновации, являясь средством, ключевым блоком на всех уровнях функционирования предприятия несут в себе потенциал технического и организационного развития, что может служить залогом разработки устойчивой, комплексной стратегии устойчивого развития фирмы.

Инновационное стратегическое управление связано с разработкой планов поведения экономического субъекта в условиях повышенной нестабильности внешней среды и инновационность принимаемых решений позволит оставаться восприимчивыми к внешним вызовам рынка. Процессы и изменения во внешней среде оказывают важное воздействие на фирму, этими факторами являются экономика, политика, рынок, конкуренция, технология. Особенным фактором является конкуренция.

Инновационная деятельность весьма разнообразна по формам и техническому содержанию. Планируемые разработки и реализация производственно-технических и экономических проектов связаны не просто с уточнения форм, а представляет собой попытку формирования новой модели с ее новыми техническими характеристиками.

На основе анализа более 40 удачных и неудачных разработок было установлено, что в основе процесса создания нового качества изделий лежат нововведения и системная реализация этого процесса с использованием передовых методов и средств, включая информационные технологии, компьютерные сети, САПР и т.д.

Определяя законы протекания процесса «рождения» новых изделий, можно отметить, что с одной стороны стоят источники и технология создания нужных нововведений, их отбор и объединение разрозненных нововведений в кластеры. С другой стороны, рассматриваются качественные и количественные характеристики процесса создания из этих нововведений и их кластеров качественно новой техники с использованием расчетно-экспериментальных технологий, стандартов.

Для развития эффективного экономического роста научные знания, воплощенные в инновационные разработки требуют инвестиционных как средств, так и мысли.

Именно этот этап рождения «нового» является решающим многие застарелые, неспособные конкурировать как технологии, которые не найдут в будущем ожидаемого спроса, а так и управленческие действия, которые не принесут желаемого результата.

Риск и процесс внедрения научно технических инноваций и управления инновациями это взаимосвязанные категории. Минимизация инновационных рисков заключается в не распределении усилий разработчиков и капиталовложений для осуществления разнообразных инновационных проектов, не связанных друг с другом, по сути, и содержанию. При этом результативность инновационной деятельности прямо зависит от того, насколько точно произведена оценка и экспертиза риска, а так же насколько адекватно определены методы управления им.

Распределение инновационной мысли по разным направлениям минимизирует затратную часть за счет вероятности успеха других проектов в отраслевом плане. При этом затраты на все разработки могут окупиться с лихвой и даже прибыль от реализации успешных проектов будет достаточно велика.

Использование инновационного подхода к управлению позволит предприятию повысить эффективность установления долгосрочных ориентиров развития хозяйственной деятельности на базе использования новых технологий, как в производстве, так и в управлении.

Литература

1. Дудорин, В.И. Управление экономикой производства / В.И. Дудорин. – М.: Изд-во «Экзамен», 2005. – 480с.
2. Вертакова, Ю.В., Симоненко Е.С. Управление инновациями: теория и практика / Ю.В. Вертакова, Е.С. Симоненко. – М.: Эксмо, 2008. – 432с.

АВТОМАТИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ НА БАЗЕ СЕТЕВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

А.П. Ковалев

Минский институт управления, г. Минск, Беларусь

Alex_kovv@mail.ru

В настоящее время можно с уверенностью сказать, что информация стала важнейшим ресурсом современного развития общества и удовлетворения его потребностей. В мире наблюдается тенденция к унификации стандартов в области сбора и обработки маркетинговой информации, в особенности с расширением применения систем стандарта ERP (Enterprise Resource Planning – планирование ресурсов предприятия).

Отсутствие систем электронного маркетинга на базе онтологий замедляет процессы автоматизации управления предприятием. Предлагается в качестве онтологии интегрированной модели электронного маркетинга использовать электронную систему классификации товаров и услуг eCl@ss, позиционируемую как стандарт для обмена информацией между поставщиками и клиентами. Онтология – целостная структурная спецификация некоторой предметной области, ее формализованное представление, которое включает словарь указателей на термины предметной области и логические выражения, описывающие, как они соотносятся друг с другом [1].

Обобщенно, в виде схем, предлагаемая интегрированная модель электронного маркетинга, состоящая из модели проведения внешних маркетинговых исследований (MMR), модели внутренней среды электронного маркетинга (MIS), модели динамического управления (MDM) и модели онтологии (MO) была описана в [2].

На основе данной модели строится автоматизированная система маркетинга, которая предназначена для автоматизированного решения задач, связанных с получением и преобразованием маркетинговой информации в рамках комплекса «4P», а также выработкой на основе полученной информации маркетинговых решений управляющими предприятиями различного уровня. Как и любая информационно-советующая система, автоматизированная система маркетинга включает в себя ряд стандартных подсистем, таких, как документально-описательная, инструментально-системная, информационная, проблемно-ориентированная программная, прогнозно-статистическая, техническая. Каждая подсистема имеет свою специфическую функциональную направленность. В совокупности они предназначены в первую очередь для оптимального согласования множества целей, которые ставятся различными подразделениями экономико-производственной структуры или отдельного предприятия, в зависимости от того уровня, на котором решаются маркетинговые задачи.

Направление, содержание и возможности внедрения приемов и методов автоматизации, прежде всего, зависят от организации маркетинговой работы на предприятии, выбора структуры управления маркетингом, распределения задач и обязанностей занятого в этой сфере персонала. При этом служба маркетинга предоставляет другим подразделениям предприятия информацию аналитического и рекомендательного характера, на которой базируется принятие решений по вопросам ассортиментной, технологической, научно-технической и финансовой политики предприятия.

В основе принятия маркетинговых решений лежат требования рынка. Очевидно, что при такой постановке работы многократно возрастает роль статистических подпрограмм. Они носят универсальный характер и могут быть успешно использованы независимо от типа маркетинга, будь то маркетинг продукции производственного назначения или потребительского товара либо услуг. Информационная система маркетинга является частью системы управления микроэкономическим объектом и должна обеспечивать поэтапное проведение маркетинговых исследований, начиная от сбора и регистрации данных и заканчивая процессом их анализа и выработкой рекомендаций.