

- вывода неэффективных производств, в первую очередь экологически вредных;
- решения собственных экологических и социальных проблем за счет использования новейших технологий.

В части регулирования развития НИС государства принимают на себя:

- установление рамочных условий развития инновационного бизнеса;
- разработку стратегии инновационного развития экономики;
- проведение прогноза технологического развития и определения на этой базе научно-технологических приоритетов;
- поддержку развития инновационной инфраструктуры;
- разработка и реализация мер по косвенному и прямому стимулированию инновационной деятельности, однако, эти меры, как правило, не направлены на прямое финансирование выпуска продукции;
- участие в развитии сферы исследования и разработок (ИР-сферы), при этом безусловный приоритет отдается фундаментальной науке.

Для проведения оценки развития инновационной деятельности государства существуют отдельные системы показателей. Одной из самых проработанных и распространенных среди них является система, предложенная Директоратом по предпринимательству КЕС. Эта система включает в себя 16 индикаторов, разделенных на четыре группы:

- человеческие ресурсы;
- генерация новых знаний;
- передача и использование знаний;
- инновационные финансы, рынки и результаты.

Оценка инновационной деятельности по указанной методике позволяет сопоставить успехи различных стран и определить области, которые требуют дополнительных усилий со стороны частных организаций и государства. В силу того, что инновационная деятельность является весьма сложным процессом, на который влияют многие факторы, предложенные параметры могут лишь определить сильные и слабые стороны проводимой государством инновационной политики.

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

Лаврисюк С.В.
УО БГЭУ (Минск)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРИНЦИПА ЗОЛОТОГО СЕЧЕНИЯ

Зачастую руководство принимает управленческие решения исходя из сложившейся ситуации, не задумываясь о стратегических целях развития предприятия. Это порой усиливает кризисные явления и их последствия для предприятия.

Получение максимальной прибыли – является главной целью любой коммерческой деятельности. Вместе с тем ее достижение возможно благодаря постановке целого ряда задач, их решению и использованию полученных результатов при принятии и реализации управленческих решений. Можно считать, что стратегия развития предприятия, построенная по принципу золотого сечения, оказывает наибольшее влияние на развитие предприятия. О золотом сечении говорят тогда, когда при построении экономико-математической модели предприятия, предполагается, что направления развития основаны на соотношении удельных весов вклада качественного и структурного факторов прироста прибыли как 0,618 и 0,382 соответственно.

Разработан комплекс, позволяющий провести экспресс-анализ финансовой деятельности предприятия и получить анализ прироста прибыли по структурному и каче-

ственным факторам исходя из принципов «золотого сечения». Все расчеты проведены при помощи Microsoft Excel.

На основании построенной модели был проведен анализ деятельности отдельных предприятий в Брестской области частной и государственной формы собственности.

При проведении расчетов были использованы статистические данные, баланс предприятия, данные о затратах на производство продукции на предприятиях.

В результате проведенных расчетов найдено оптимальное соотношение использования каждой технологии и предложено необходимое сокращение ресурсов для получения большей прибыли.

*Лазодич Л.В.
УО БГЭУ (Минск)*

МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ЗАДАЧ

Для решения маркетинговых задач современные компании, нацеленные на долгосрочное развитие бизнеса, все шире используют методы математического моделирования. Такие методы позволяют при помощи математических выражений замещать изучаемое явление или процесс так, что последние отражают наиболее существенные его черты, абстрагируясь от несущественных, и на основании математических выражений делаются выводы о данном процессе или явлении.

Специалист по маркетингу, решая конкретные практические задачи, должен пользоваться различными методами, в том числе и методами математического моделирования. Основными направлениями, в рамках которых возможно использование методов математического моделирования являются:

- маркетинговые исследования клиентов;
- оптимизация ассортимента продукции;
- оценка эффективности и оптимизация маркетинговых акций;
- повышение эффективности управления товарными запасами;
- экспериментальные исследования потребителей и др.

Для решения конкретных маркетинговых задач необходимо современное программное обеспечение. В частности, можно использовать Microsoft Excel. Наряду со встроенными средствами Excel широко используется надстройка StatPro – достаточно легкий в освоении инструмент, расширяющий статистические возможности встроенно-го пакета анализа.

Можно использовать аналитический пакет Deductor Professional компании BaseGroup Labs (<http://www.basegroup.ru>) – это аналитическая платформа для быстрого анализа информации, а также другие специальные программы.

*Ланге Ш., Морозевич О.А.
УО БГЭУ (Минск)*

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ЦЕННОСТИ КЛИЕНТА БАНКА

Значимость клиента для финансовой организации не ограничивается его участием в формировании ресурсной базы и той денежной выгодой, которая может быть получена в результате оказания банковских услуг. Существенное влияние на банк могут ока-