

Опыт функционирования информационно-консультационных служб сельского хозяйства показал ряд недостатков связанных с недостаточной государственной поддержкой данной деятельности:

– Службами недостаточно осуществляется поиск, внедрение инновационных технологий, обобщение и распространение производственного опыта, не ведется мониторинг потребностей сельхозпроизводителей и практически не оказывается влияние на формирование заказов для науки.

– На низком уровне осуществляется работа по подготовке и повышению квалификации специалистов информационно-консультационных центров. Зачастую бюджетное финансирование низкое либо отсутствует, что не позволяет обеспечить необходимую материально-техническую базу служб информационно-консультационного обеспечения. Недостаточность средств на подготовку и содержание высокопрофессиональных кадров привело к снижению работающих на постоянной основе специалистов – консультантов по животноводству, растениеводству и другим отраслям.

– Деятельность современной системы информационно – консультационного обеспечения АПК основывается на применении информационных и компьютерных технологий. Но мелкие сельские товаропроизводители не имеют возможности использовать в своей деятельности компьютерную технику. Недостаточно применяются компьютерные технологии в органах государственного управления сельским хозяйством регионов.

– Информационно – консультационные службы нуждаются в научно-методической поддержке, необходимой информации. Они не в силах самостоятельно организовывать масштабные мероприятия - конференции, выставки, не обладая ресурсами для опытно-демонстративной деятельности, необходимой для эффективного консультирования сельхозтоваропроизводителей.

Данные проблемы дают основания понять, что без грамотной государственной поддержки система информационного обеспечения агропромышленного комплекса на современном этапе его развития эффективно действовать не сможет.

УДК 005.21:001.895

Т. Гуляева

(Республика Беларусь)

Научный руководитель: О.Л. Сапун, к.п.н., доцент

Белорусский государственный аграрный технический университет

БЕНЧМАРКИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ

Особенность текущего этапа развития Республики Беларусь обуславливается обострившейся борьбой за инвестиции, стремлением выиграть конкурентную борьбу, а, значит, улучшить собственные экономические параметры. Для решения данной задачи используются разные

методы. Однако на практике результаты нарастают не так быстро, как хотелось бы.

Бенчмаркинг – это одно из современных направлений стратегического менеджмента, представляющий собой тип эталонного сравнения посредством поиска лучших практик и идей.

Бенчмаркинг – это сравнительный анализ эффективности, который является современным инструментом организации и управления инновационной деятельностью на предприятии. Он входит в число основополагающих принципов деятельности компании и позволяет сформировать единую конкурентную корпоративную культуру, снизить производственные издержки и увеличить прибыли, понять уязвимые и рациональные стороны деятельности компании по сравнению с конкурентами и мировыми лидерами в аналогичной области. Это дает возможность найти незаполненные рыночные ниши, выйти на вероятных партнеров по производственно-технической кооперации и выяснить преимущества слияния компаний.

Цель бенчмаркинга – совершенствование бизнеса и повышение конкурентоспособности. Она носит стратегический характер для организации и придает бенчмаркингу статус полноправного инструмента управления.

Существуют различные виды бенчмаркинга, и необходимо понимать, что выбор того или иного вида бенчмаркинга должен соответствовать целям и задачам его проведения.

Внутренний бенчмаркинг направлен на изучение внутреннего опыта компании: производится анализ деятельности подразделений с иной сферой работы, но какими-либо схожими процессами. Так, в холдингах, например, существует возможность сравнивать схожие структурные подразделения на разных предприятиях.

Внешний бенчмаркинг в отличие от внутреннего характеризуется сравнением рассматриваемой компании с другими компаниями, причем как схожего (конкурентный бенчмаркинг), так и абсолютно иного профиля деятельности (неконкурентный бенчмаркинг).

Возможности наиболее часто применяемых видов внешнего бенчмаркинга представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Виды внешнего бенчмаркинга

Вид бенчмаркинга	Преимущества	Ограничения
Международный	Иностранные компании более открыты к подобным маркетинговым исследованиям, поэтому проще получить достаточный объем достоверной информации. Глобализация и прогресс информационных технологий повышают возможности для международных проектов.	При условии осуществления путем прямого сотрудничества, а не анализа отчетов и статистики в открытых источниках, требует больших финансовых затрат.

Конкурентный	Возможность исследовать передовые технологии, изучать опробованные и успешные на практике методы развития бизнеса.	Перенимая опыт у конкурентов, компания копирует технологии и, таким образом, теряет индивидуальность собственного развития.
Неконкурентный	Информация более доступна, что связано с отсутствием прямой конкуренции с объектом бенчмаркинга. Получение нестандартных решений, не практикующихся в заданной области деятельности.	Определенные сложности при выборе компании-источника для процесса бенчмаркинга в связи с доступностью информации.

Таким образом, бенчмаркинг, по сути, – это, во-первых, сравнение своих показателей с показателями других организаций (конкурентами и компаниями-лидерами); во-вторых, изучение и применение успешного опыта других фирм в своей организации, независимо от того, работают они с ней в одной отрасли или нет. Ценность бенчмаркетинга не только в том, что отпадает необходимость изобретать велосипед. Внимательно изучая достижения и ошибки других компаний можно разработать собственную максимально эффективную модель бизнеса.

УДК 005.92:004

А. Дегтярева

(Республика Беларусь)

Научный руководитель: О.Л. Сапун, к.п.н., доцент

Белорусский государственный аграрный технический университет

ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМЫ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА

В настоящее время в Беларуси наблюдается рост интереса к системам электронного документооборота (СЭД) среди государственных и коммерческих структур. Компании-разработчики готовы предоставить СЭД как для небольших организаций численностью 5-10 человек, так и для крупных предприятий численностью тысячи человек.

Сегодня можно выделить следующие решения от ведущих компаний-разработчиков, работающих в сфере автоматизации работы с документами: Босс-Референт, ГранДок, Дело, ЕВФРАТ-Документооборот, CompanyMedia, Directum, DIS-системы, DocsVision, LanDocs, Optima-Workflow.

СЭД – это в первую очередь система, позволяющая решать все типовые задачи электронного документооборота для работы с документами – регистрация и ввод документов, поиск документов, маршрутизация, создание отчетов, ведение архива, установление правами доступа в системе. Поэтому при выборе СЭД просто необходимо убедиться в том, что система действительно обеспечивает выполнение таких задач.