

ятии, которые бы позволяли получать максимально возможную прибыль.

Менеджмент организации – это сложный и многоуровневый процесс. В связи с этим выделились отдельные его виды. К основным из них можно отнести: стратегический, финансовый, производственный (операционный), инновационный, экологический, маркетинговый и кадровый.

Естественно, для каждой отдельной организации понятие успех ассоциируется с разными целями и задачами.

Задача менеджмента предприятия – это разработка и апробирование научных подходов, которые призваны обеспечивать стабильную и эффективную работу организации, на практике.

ЛИТЕРАТУРА

1 Герчикова, И. Н. Менеджмент / И. Н. Герчикова. – М.: 2010. – 512 с.

УДК 339.52:005

Студ. Е.Г. Высоцкая
Науч. рук. доц. А.В. Равино
(кафедра менеджмента и экономики природопользования, БГТУ)

ПРИНЦИПЫ МЕЖДУНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Жизнь каждого человека неразрывно связана с различными организациями. В условиях рыночной конкурентной среды функционирование и развитие любой из них требует грамотного руководства, построения современной системы управления.

Международный менеджмент является особым видом менеджмента, главной целью которого является формирование, развитие и использование конкурентных преимуществ фирмы за счет возможностей ведения бизнеса в различных странах и, соответственно, использование экономических, социальных, демографических, культурных и иных особенностей этих стран и межгосударственного взаимодействия.

Принципы управления – это четко определенные правила, которыми руководствуются менеджеры при выполнении своих непосредственных обязанностей по управлению организацией. Современные принципы управления организацией ориентированы на постоянное совершенствование системы менеджмента, повышение эффективности и конкурентоспособности организации в условиях рыночных отношений за счет повышения производительности и качества управленческого труда, расширения знаний менеджера [1].

Базовыми принципами теории международного менеджмента являются концепции абсолютных преимуществ, относительных преимуществ, международного жизненного цикла продукта и прямых иностранных инвестиций.

Экономический субъект, который направил свои устремления на рынок другой страны, как правило, имеет в этом определенную целевую ориентацию. Можно сформулировать несколько наиболее распространенных целей: поиск новых рынков, ресурсов или правовых условий. Для того, чтобы выйти и закрепиться на зарубежном рынке, фирма должна учитывать ряд различных условий, в том числе и принципы международного менеджмента.

Таким образом, для успешного функционирования любого экономического субъекта необходимы учет и понимание принципов не только национального, но и международного менеджмента.

ЛИТЕРАТУРА

1 Володько В.Ф. Международный менеджмент. – Минск: Амалфея, 2007. – 339 с.

УДК 338:001.895

Студ. Н.О. Лебедева

Науч. рук. доц. А.В. Равино

(кафедра менеджмента и экономики природопользования, БГТУ)

ИННОВАЦИОННЫЙ ПУТЬ РАЗВИТИЯ В ЭКОНОМИКЕ

В настоящее время инновации касаются всех отраслей жизнедеятельности общества, ведь они могут находить свое применение в виде нового подхода к социальным проблемам, усовершенствованного технологического процесса или же улучшенного продукта.

В методическом документе «Руководство Осло», которое принято Организацией экономического сотрудничества и развития, представлено следующее определение термина «инновации».

Инновация есть введение в употребление какого-либо нового или значительно улучшенного продукта (товара или услуги) или процесса, нового метода маркетинга или нового организационного метода в деловой практике, организации рабочих мест или внешних связях [1].

При классификации инноваций, основанной также на «Руководстве Осло» выделяются 4 их вида: продуктовые, процессные, маркетинговые и организационные.

Продуктовые инновации оказываются у нас в руках в виде нового или улучшенного товара. В процессные инновации входят изменения в технологии, производственном оборудовании или программном