

Сотрудничество в сфере уголовного судопроизводства между Европейским союзом и Беларусью находится на относительно невысоком уровне и имеет большой нереализованный потенциал. В этой сфере, на наш взгляд, необходимо дальнейшее развитие отношений в сфере борьбы с международной преступностью через заключение новых соглашений и введение соответствующих новаций в белорусском законодательстве. В целом уникальный и прогрессивный опыт Европейского союза в сфере уголовного сотрудничества говорит о его значимости и применимости не только в рамках ЕС, но и в ряде других стран.

## **НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ БИЗНЕС-ИННОВАЦИЙ В ЕВРОПЕ**

*Пашкевич Е. — студентка 5 курса,  
научный руководитель — к. э. н., доцент О. Ф. Малашенкова*

---

**Д**ля европейских стран вопрос развития и роста числа инновационных компаний на сегодняшний день стоит весьма остро, поскольку именно разработка и внедрение инновационных решений позволяют этим странам оставаться конкурентоспособными на мировых рынках и соперничать с предложениями производителей из развивающихся стран, обладающих преимуществом с точки зрения ценообразования.

Исторически большинство управленцев и специалистов в области экономики значительно сужают понятие инноваций, приравнивая их преимущественно к разработкам новых товаров и (или) новых технологий. Такая ограниченность может привести к разрушению конкурентных преимуществ компании, в результате чего фирмы одной отрасли становятся все более похожими друг на друга. Самые лучшие технологии и подходы копируются, компании предлагают одним и тем же клиентам схожие товары и услуги, используя одинаковые технологии и производственные процессы. Эти же компании пытаются конкурировать между собой и стремятся создать инновациями, используя одни и те же направления. К примеру, высокотехнологические отрасли традиционно уделяют повышенное внимание исследованиям и разработкам новых товаров. В химической или добывающей отраслях особое место занимает технологических процесс. Производители

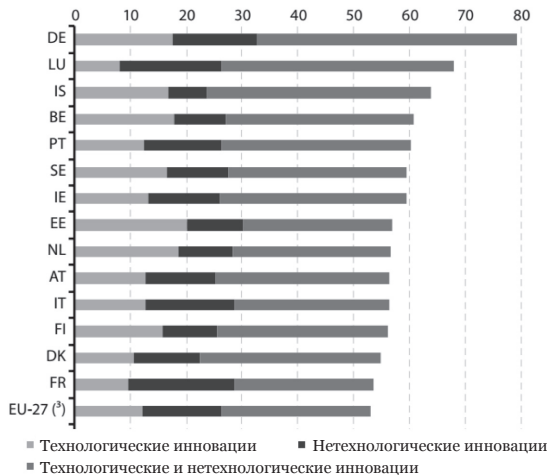
готовых к потреблению товаров концентрируются на возможностях брендинга и способах продаж. Иными словами все компании одной отрасли ищут возможности и пытаются создать инновации в одних и тех же областях. Такой узкий подход к инновациям лишает компании многих возможностей, делая их уязвимыми по отношению к конкурентам.

Однако все чаще термин инновации применяется к таким областям, как разработка новых предложений в сфере услуг, новых моделей ведения бизнеса, моделей выходов на рынки и их освоения, моделей управленческих подходов. Все чаще признается, что новейшие идеи могут трансформировать любой участок цепочки ценности, предложенной Майклом Портером, в то время как продукты и услуги сами по себе представляют лишь верхушку айсберга инноваций. Доказательством этого могут служить многие всемирно известные корпорации. Например, *Dell Inc.* стал самым успешным производителем персональных компьютеров не с помощью новых разработок и исследований, а потому что ему удалось сделать компьютеры более легкими в использовании и быстрее выйти с ними на рынок, используя инновационные процессы, как в производстве, так и в продвижении товара. *Google* стал мультимиллиардной компанией не потому, что его поисковая система лучшая, а потому, что он первый предложил «платный поиск» — концепцию, которая дает возможность продавцам размещать свои товары соответственно пользовательским запросам.

В статистике Евростата также выделяются типы компаний, которые занимаются инновационной деятельностью в следующих областях: 1) производство новых товаров или услуг, 2) улучшение технологического процесса, 3) совершенствование маркетинга и 4) менеджмента. Статистические данные по некоторым странам приведены на рис. 1.

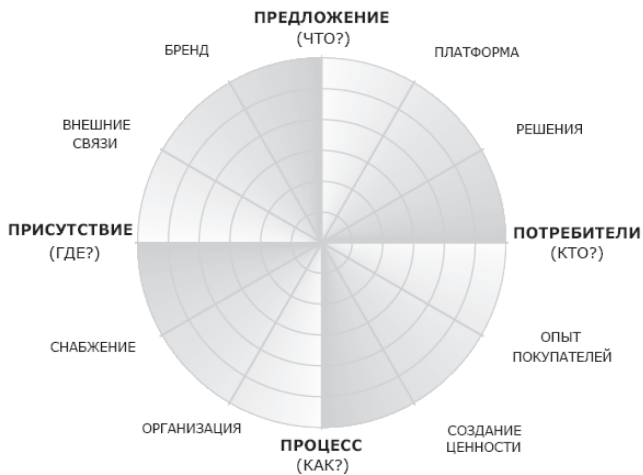
М. Савни, Р. Уолкот и И. Аррониз определяют бизнес-инновации как создание значимой новой ценности для потребителей и компании с помощью изменения бизнес модели в одной или нескольких областях. Такое определение ведет к трем основным выводам:

- 1) бизнес-инновации — вопрос создания новых ценностей, а не новых вещей,
- 2) существуют многие разновидности бизнес-инноваций,
- 3) бизнес-инновации должны обладать системностью и принимать во внимание все аспекты бизнес-модели.



*Рис. 1. Инновационные компании по типу инноваций в 2008—2010 гг. (к % от общего числа компаний)*

Источник: [2].



*Рис. 2. Инструмент анализа деятельности инновационной компании «инновационный радар»*

Источник: [1].

М. Савни, Р. Уолкот и И. Аррониз разработали инструмент под названием «инновационный радар», с помощью которого компания может определить все возможные направления своей инновационной активности. Графически он представлен на рис. 2. Инновационный радар определяет 12 направлений бизнес-инноваций, основанных на 4 составляющих: созданное компанией предложение, обслуживаемые компанией клиенты, используемые инструменты присутствия на рынке и технологические процессы.

Выделяются 12 направлений инновационной активности компании.

1. Предложение — инновационные разработки новых товаров или услуг.

2. Платформа — использование разработанных компонентов для создания вторичных предложений;

3. Решения — создание комплексных предложения, для решения полного цикла проблем покупателя и удовлетворения ряда потребностей.

4. Потребители — определение неудовлетворенных нужд покупателей или некоторых сегментов покупателей.

5. Опыт покупателей — совершенствование процессов взаимодействия компании и потребителей.

6. Создание ценности — создание новых инновационных доходных направлений.

7. Процессы — совершенствование технологического процесса, повышение эффективности и производительности.

8. Организация — изменения формы, структуры, масштабов и объемов компании.

9. Снабжение — использование новых подходов в области закупок сырья и оборудования.

10. Присутствие — создание новых каналов сбыта или использование инновационных методов присутствия на рынке.

11. Внешние связи — инновационные подходы к созданию устойчивых связей со всеми внешними субъектами: поставщиками, партнерами, покупателями, органами государственного управления, СМИ и т. д.

12. Бренд — использование и изменения бренда в соответствии с новыми тенденциями.

Использование данного инструмента позволяет компании определить, в каких областях она ведет активную инновационную деятельность, а в каких имеет неиспользованный потенци-

ал. Проанализировав полученную информацию, компания может корректировать свою политику с целью стимулирования инновационной деятельности в определенном направлении. В то же время сравнение ряда компаний одной отрасли определенной страны или нескольких стран позволяет выявить лидирующие компании с точки зрения использования инноваций и определить области, за счет которых эти компании являются наиболее конкурентоспособными.

### Литература

1. Sawhney, M. The 12 Different Ways for Companies to Innovate / M. Sawhney, R. C. Wolcott, I. Arroniz // MIT Sloan Management Review: Top 10 Lessons on the New Business of Innovation. — 2011. — Winter. — P. 28—34.
2. Science, technology and innovation in Europe — 2013 edition [Electronic resource] // Eurostat. — Mode of access: <[http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-GN-13-001/EN/KS-GN-13-001-EN.PDF](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-GN-13-001/EN/KS-GN-13-001-EN.PDF)>. — Date of access: 30.05.2014.

## ЖЕНСКОЕ ЛИЦО ЕВРОПЕЙСКОЙ АРМИИ

*Старовойтова А. — студентка 4 курса,  
научный руководитель — к. и. н., доцент А. В. Селиванов*

---

**О**дной из последних тенденций в сфере организации вооруженных сил стран — членов Европейского союза становится тенденция к привлечению на воинскую службу граждан женского пола. Сегодня Европа наряду с США занимает лидирующую позицию по количеству женщин-военнослужащих в вооруженных силах.

В Европе первые упоминания о женщинах-воительницах относятся к периоду Пелопонесской (431—404 гг. до н. э.) и Коринфской (395—387 гг. до н. э.) войн. В средневековой Европе случаи привлечения женщин для службы в армии носили эпизодический характер. Сегодня, как отмечалось выше, привлечение женщин к службе в армии — это устойчивая тенденция последних десятилетий, однако, в каждой стране имеются свои особенности рекрутинга [2].

В Испании с 1989 г. женщины проходят воинскую службу наравне с мужчинами. В настоящее время доля женщин составляет порядка 14 % от всего личного состава вооруженных сил стра-