

так как практически невозможно с первого раза выявить все неосязаемые ресурсы, участвующие в предпринимательской деятельности.

Неосязаемые активы имеют особую ценность лишь в случае выполнения конкретного соглашения, поскольку выступают в качестве неразрывной части определенного бизнеса и являются его составным компонентом. Оценка финансового эффекта от неосязаемых активов может быть осуществлена через измерение способности бизнеса стабильно обеспечивать более высокие показатели доходности по сравнению с конкурентами, а сверхвысокая доходность объясняется присутствием скрытых неосязаемых активов. Действия предпринимателя в отношении его неосязаемых активов могут оказать существенное влияние на уровень доходности бизнеса, то есть способность создавать долгосрочные конкурентные преимущества в динамичной внешней среде.

Предприниматель, четко представляющий фактическое состояние и потенциал неосязаемых активов, может правильно определить стратегию развития бизнеса. Одновременно ему необходимо оценить риски, связанные с использованием неосязаемых активов.

Предприниматель должен оценить насколько использование неосязаемых активов совместимо с текущим и будущим производством в организационном и кадровом планах. Неосязаемые активы имеют особую ценность лишь в случае выполнения конкретного соглашения, поскольку выступают в качестве неразрывной части определенного бизнеса и являются его составным компонентом.

Следовательно, только частный бизнес в большей степени заинтересован в наращивании портфеля неосязаемых активов и они, в свою очередь, оказывают наибольшее влияние на деятельность частного предприятия. Альтернативное использование неосязаемых активов невозможно, так как оно приводит к потерям и к существенному снижению уровня доходности фирмы.

ЛИТЕРАТУРА:

Друкер Питер. Задачи менеджмента в XXI веке. М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. С. 181 – 182.

Конкуренция и предпринимательство / Пер. с англ. под ред. проф. А.Н. Романова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – с.41-43.

Солодовников С.Ю., д.э.н., профессор, **Мищенко Е.С.**
Белорусский национальный технический университет
s.solodovnikow@yandex.ru

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ МЕХАНИЗМОВ НЕЛЕТАЛЬНОГО РАЗРУШЕНИЯ В РИЗОМОРФНЫХ СРЕДАХ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

В настоящее время общественно-функциональные технологии, направленные на нелетальное разрушение социальных субъектов, из сферы военно-политического противостояния естественным образом пришли в сферу политико-экономической конкуренции. В литературе все чаще и чаще стали встречаться новые понятия «информационное оружие» и «информационная война», которые, в сущности, означают революцию не только в военном искусстве, но и в сфере компьютерно - информационных технологий. Часто за этим скрываются принципиально новые формы противоборства, в которых победа, «подавление противника» будет достигаться не с помощью классического (даже ядерного) оружия и традиционных способов ведения войны, а путем массированного использования информационного оружия. Многие аналитики технологических развитых стран считают этот вид оружия «решающим фактором владения современным миром». Национальные информационные ресурсы сегодня составляют все большую долю национального богатства в развитых странах. «Информационное оружие», сейчас называют «Троянским конем XXI века».[1]

В отличие от технико-ориентированного информационного оружия, информационное оружие как общественно-функциональная инновация представляет собой такой вид информационного оружия, который подвергает воздействию определенные группы социальных субъектов с целью навязывания им нужного манипулятора социально-экономического поведения.

Возникновение кибернетического пространства ознаменовало собой начало эпохи информационных войн. Это можно объяснить тем, что с появлением все более и более усовершенствованных компьютерно –информационных технологий, ведение информационной войны становится в разы быстрее и является более эффективным воздействием на социум. Так как хозяйствующий субъект уничтожается нелетально, а значит победа в информационной войне является «алгоритмически неразрешимой проблемой».[2]

Самая главная задача применения информационного оружия состоит в том, чтобы заставить противника направить имеющиеся у него средства, в том числе технические, против самого себя. Информационное оружие второго типа направлено против социальных субъектов и включает в себя «не силовые» методы борьбы такие, например, как сборку, так и разборку социального субъекта.

Для сборки и разборки социального (квази-социального) субъекта сегодня используется информационное оружие, под которым понимается средство ведения современной нелетальной войны. Оно обеспечивает идентификацию и поражение противника с помощью информационных концентраторов различных конструкций (традиционное СМИ, сетевые

гипертекстовые концентраторы и т.п.). Позволяет оказать влияние на социальный субъект, приводящее к блокированию его социальных действий (социальной активности). Позволяет эффективно перераспределять (переделить) материальные ресурсы (изменить отношения собственности) без нанесения повреждений самой собственности.

Важнейшим компонентом современного информационного оружия выступает направленный (сетевой) дискурс – специальная процедура детального анализа и оценки социальных действий социального или квази-социального субъекта, осуществляемая с помощью информационных концентраторов. Является самой серьезной угрозой для социально-паразитических структур. Особенно эффективна при комбинированном применении средств пятого и шестого технологических укладов. Например, традиционных СМИ и гипертекстовых сетевых информационных концентраторов. Кроме того, процедура направленного дискурса обладает креативными возможностями по созданию как гиперманипуляторов (генераторы слухов, легенд и тому подобное), так и антиманипуляторов.

Разборка социального (квази-социального) субъекта – информационное воздействие, приводящее к разрушению имиджа (социальная смерть, реорганизация, расформирование и т.п.). В свою очередь Сборка социального (квази-социального) субъекта – это информационное воздействие, обеспечивающее защиту имиджа (социальный «бронежилет»), восстановление имиджа, формирование нового имиджа (доверия, влияния).

Результатом разборки субъекта является его социальная смерть – тотальное негативное гражданское согласие в отношении социального субъекта; разрушение доверия к социальному субъекту, в следствие чего он лишается влияния даже на процессы собственной жизнедеятельности, утрачивает позиции доминирования. Важным компонентом выстраивания названных технологических (общественно-функциональных) процессов является адекватная оценка вреда (угроз). Используемая сегодня рядом российских социальных технологов и маркетологов шкала оценки вреда (угроз) В.А. Чигирева – П.А. Юнацкевича (бинарная, десятибалльная и т.п.), как способ оцифровки и визуализации вреда и угроз от социальных действий социальных и квази-социальных субъектов являясь по сути квазиметрической шкалой, позволяет получить «гладкие» оценочные функции и, соответственно, применять в социальных измерениях весь арсенал хорошо разработанных методов оптимального управления теории игр и т.п.

Начало информационной войны определить трудно, и это дает определенные преимущества агрессору. Но превосходство, полученное агрессором на начальном этапе, может и не привести к окончательной победе. Это происходит в случае, если жертва нападения успеет осознать, что против нее ведется информационная война. В случае быстрого и массового перепрограммирования хозяйствующего субъекта наиболее результативными являются приемы, имеющие эмоциональную окраску. То есть для более эффективного достижения результата, упор в первую очередь должен делаться на деятели искусства, культуры, религиозных служителей.

Сегодня СМИ являются классическим информационного оружия: финансируется правящей верхушкой, применяется для управления хозяйствующими субъектами в собственных интересах и навязывание им своего мнения. Теперь время, необходимое для победы в информационной войне, ранее измеряемое веками и десятилетиями, уже можно сократить до вполне приемлемых сроков. Мир снова поворачивается к высоко заряженному полю битвы идей; это уже не только мир, в котором материальная база является предметами ожесточенного соперничества. В этом формирующемся мире ключ к успеху будет лежать в умелом управлении информационными возможностями и ресурсами — то есть, стратегическом планировании и управлении.[4]

В случае успешного противодействия агрессивным действиям с целью разборки социального субъекта происходит субъект-объектный переход (превращение) – ситуация, в которой заказчик или организатор (агрессор), применяющий информационное оружие, сам подвергается его ответному воздействию со стороны своей жертвы. Жертва, использующая свое превосходство в оперативном искусстве применения информационного оружия, часто получает серьезное преимущество, вплоть до быстрой социальной смерти нападавшего.

ЛИТЕРАТУРА:

Обозреватель 15.05.1998 /Информационная война - основная форма борьбы ближайшего будущего? Б.Онорский. [Электронный ресурс].-Режим доступа: <<http://www.agentura.ru/text/press/opponent/info1.txt>>.-Дата доступа: 11.09.2012

Расторгуев С.П. Часть вторая. Информационное оружие и проблема алгоритмической неразрешимости перспективности для информационных самообучающихся систем. [Электронный ресурс].-Режим доступа: < <http://evartist.narod.ru/text4/58.htm>>.- Дата доступа: 11.09.2012

Г. Смолян, В. Цыгичко, Д. Черешкин. Новости информационной войны //Защита информации. «Конфидент». № 6, 1996 г.

Ноополитика - шаг на пути к созданию американской информационной стратегии. Гриняев С.Н.[Электронный ресурс].-Режим доступа: <<http://www.agentura.ru/equipment/psih/info/noo/>>.- Дата доступа: 11.09.2012