

(с участием) подразделений высших учебных заведений, позволяющих обеспечить эффективный трансфер знаний от системы образования в предпринимательство для обеспечения инновационного развития.

Решение проблемы интеллектуализации предпринимательства может быть осуществлено также посредством внесения в образование гуманитарной предпринимательской направленности, способствующей повышению общего интеллектуального и культурного уровня предпринимательства. В настоящее время достаточно велик разрыв между новыми реалиями ноосферной экономики и «упаковкой» их в учебные формы и техники. Подчеркивая роль знаний в конкурентной борьбе, следует отметить такое важное свойство знаний как кумулятивность. Появление новых знаний увеличивает вероятность появления новых идей, продуктов и процессов.

Для динамичного развития интеллектуального предпринимательства должны быть созданы средовые условия, включая развитие институциональной среды, инновационной и знаниевой инфраструктуры. Инновационная деятельность в своем развитии движима системой интегрированных (экономических, психологических, этических) мотивов интеллектуального предпринимательства. Предпринимательство как класс в нашем обществе не обладает еще сильным развитым осознанием себя. Должна произойти персонификация предпринимательства как социально-экономического субъекта в институциональной матрице. Создание системы мотивации и поддержка в функционирующем состоянии - дело государства.

Таким образом, синергетический подход к стимулированию развития интеллектуального предпринимательства будет способствовать интеграции государственных мер, направленных на развитие и поддержку предпринимательства, с созданием благоприятных условий для его саморазвития.

ЛИТЕРАТУРА

Ахтямов М. К. Концепция интеллектуального обеспечения инновационного развития предпринимательства: Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук. Санкт-Петербург, 2010.

Никитенко, П. Г. Ноосферная экономика и социальная политика: стратегия инновационного развития / Минск: Беларус. наука, 2006.

Салихов Б.В. Интеллектуальный капитал организаций. Режим доступа: <http://bv-salikhov.ru/intellektualnyj-kapital.html>

Грудницкая Н.А.,

Брестский государственный технический университет, г. Брест, Республика Беларусь

mim@bstu.by

ДЕКОМПОЗИЦИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

В рыночно ориентированной экономике любой объект, занимающийся бизнесом, коммерцией, стремится обеспечить достаточно высокую конкурентоспособность своей продукции и фирмы, а значит, и достаточную для своего дальнейшего развития норму и массу чистой прибыли наряду с рентабельностью производства и объемом продаж.

Желаемого уровня конкурентоспособности продукции и фирмы, устойчивого присутствия на целевом рынке можно достичь путём одновременной реализации как минимум четырёх групп целей: **экономических (финансовых), социальных, экологических и инвестиционных**. Первая группа целей отражает эффективность использования основных элементов производственного процесса (живого труда, предметов труда, средств труда) и финансовых средств (оборотного капитала, инвестиционных ресурсов), а также конечные экономические результаты производства и сбыта готовой продукции. Вторая группа целей призвана характеризовать степень достижения коллективом предприятия запланированных численных значений социальных показателей и нормативов. Третья группа целей определяет, в какой мере соблюдаются экологические показатели, нормативы и стандарты. Четвёртая группа целей призвана отразить масштабы роста или уменьшения стоимости предприятия.

Каждой из названных групп отвечают соответствующие разновидности основных конечных результатов (экономических, социальных, экологических, инвестиционных), которые промышленное предприятие может включить в формулируемую миссию.

Экономический результат (положительный) проявляется в достигнутых предприятием значениях соответствующих показателей. Он бывает двух видов: результат, получаемый непосредственно для себя, и результат, создаваемый для общества в целом. В качестве экономического результата, создаваемого в рамках конкретного предприятия, выступают: балансовая (валовая) прибыль или доход, экономия затрат живого и прошлого труда, абсолютное или относительное снижение себестоимости продукции. Экономическим результатом для общества считаются: перечисленные в бюджет акцизные сборы, налог на добавленную стоимость, таможенные сборы и др.

Отрицательный экономический результат для предприятия проявляется в образовании убытков от выполняемой предпринимательской, коммерческой, инвестиционной деятельности или уменьшении стоимости предприятия.

Социальный результат – это количество предоставляемых работникам конкретного предприятия разнообразных социальных благ. Обобщающей характеристикой достигнутого социального результата является уровень социальной защищённости работников фирмы. Последний может рассчитываться по отношению к минимальной или рациональной потребительской корзине.

Экологический результат – это степень безвредности производства на данном предприятии для людей и окружающей среды.

Инвестиционный результат – комплексный показатель, отражающий рост рыночной стоимости предприятия по сравнению с предыдущим периодом (например годом).

Наряду с перечисленными результатами промышленное предприятие реализует и другие виды конечных результатов, а именно результаты труда и производства.

Результат труда – это вновь созданная стоимость в процессе производства продукции или оказания услуг, включающая оплату живого труда и полученную предприятием прибыль.

Результат производства в его практическом понимании – это выпуск экономически целесообразной и социально значимой для потребителей продукции (т.е. пользующейся спросом на рынке) при минимальных затратах (труда, средств производства, предметов труда), а также издержек, связанных со сбытом готовой продукции.

Таким образом, в результате декомпозиции социально-экономической системы можно выделить следующие целевые подсистемы:

Выпуск продукции;

Экономический и финансовый результат;

Социальный эффект и экологический результат.

Функциональные подсистемы предполагают управление основными технологическими и информационными процессами, отражающими содержательную сущность конкретной производственно-хозяйственной деятельности предприятия. При более глубокой декомпозиции ЭС с учетом новых условий хозяйствования целесообразно выделить следующие функциональные подсистемы:

Подсистему маркетинга, играющую важную роль в обосновании номенклатуры и ассортимента выпускаемой продукции, оптимального объема производства и продаж в соответствии с конъюнктурой рынка и характером спроса;

Подсистему производства продукции в заданном требованиями рынка и производственными возможностями предприятия объеме, ассортименте и номенклатуре;

Подсистему обеспечения производственно-хозяйственной деятельности предприятия всеми необходимыми материальными, техническими, трудовыми и финансовыми ресурсами;

Подсистему инновационной и инвестиционной деятельности предприятия, занимающуюся вопросами научно-технического развития предприятия и освоения новой продукции и технологий;

Информационную подсистему, или подсистему обратной связи, предполагающую учет, контроль и анализ результатов регулирующих воздействий на систему;

Подсистему сбыта и реализации продукции, обеспечивающую сбыт, путем продвижения продукции на те рынки, где ее может купить потребитель или посредник.

Маркетинговая деятельность осуществляется маркетинговой службой предприятия, цель и задачи которой определяются ее главенствующей ролью в решении вопросов: что производить, для кого, в каких объемах и с какими параметрами, как обеспечить конкурентоспособность продукции и своевременный сбыт. От результатов работы маркетинговой службы напрямую зависят эффективность и финансовая стабильность организации в целом, чего, к сожалению, еще не осознали в полной мере руководители отдельных предприятий и экономического комплекса в целом.

Подразделения материально-технического обеспечения имеют своей главной целью решение проблем своевременного, полного и комплектного снабжения всех структурных подразделений предприятия необходимыми материальными, техническими, топливно-энергетическими и прочими ресурсами. Для этого нужно выполнить ресурсные расчеты, обосновать их плановую потребность исходя из плана производства, определить поставщиков и наладить с ними договорные связи, обеспечить своевременную оплату поставок, транспортировку, приемку, хранение, учет и отпуск материалов, их рациональное использование и решить ряд других вопросов.

Подразделения инновационной и инвестиционной деятельности, зачастую отсутствующие на наших предприятиях как самостоятельные структурные единицы, в условиях рыночной экономики крайне необходимы. Они должны заниматься не только решением вопросов изыскания источников инвестиций для финансирования текущей деятельности и обновления основного капитала, но также с учетом результатов маркетинговых исследований осуществлять научный поиск, исследования и разработки новой продукции, нацеленной на удовлетворение перспективных потребностей рынка и интенсификацию производства.

Информационная подсистема, лежащая в основе обратной связи, реализует функции оперативного реагирования на все поступающие в нее сведения как о запланированном, так и о текущем состоянии объекта управления, принимает решения о необходимости воздействия на него с целью устранения всех обнаруженных несогласований и передает информацию в планово-экономические службы для проведения комплексного финансового анализа и выработки рекомендаций руководству по принятию соответствующих управленческих решений. Подразделения бухгалтерского учета играют важнейшую роль в сборе и систематизации текущей информации и подготовке ее к дальнейшему использованию в качестве базы для принятия решений.

К информационным подсистемам следует отнести также все финансово-экономические службы предприятия, в том числе планово-аналитические отделы, которые осуществляют работу по бюджетированию, направленному на рациональное использование ресурсов и финансовых возможностей предприятия, организуют проведение экономического анализа, принимают участие в разработке мероприятий по повышению производительности труда, эффективному использованию производственных мощностей, совершенствованию хозяйственного расчета и ценовой политики предприятия. В современных

организациях информационная подсистема должна функционировать как элемент единой автоматизированной системы управления, увеличивающей возможности руководства в принятии оптимальных решений.

Функциональные подсистемы производственно-хозяйственной деятельности существуют и развиваются на базе совокупности структурных единиц. К ним можно отнести рабочее место, производственную линию, участок, цех, основное и вспомогательное производство, отделы и службы предприятия, концерна. Поэтому, наряду с функциональными подсистемами выделяют структурные подсистемы или подразделения, включающие эти единицы. В общем, в системе управления предприятием компонентами его структуры будут:

объект управления (процесс производства, осуществляющийся на производственных участках, цехах)

управляющий орган (те отделы и службы, которые доводят до исполнителей задания руководства);

лицо принимающее решение (или менеджер-руководитель подразделений предприятия).

Все структурные подразделения, в краткосрочном периоде, объединены единой целью – максимизацией выпуска продукции при наиболее полной загрузке имеющихся мощностей и рациональном использовании ресурсов, а также в получении положительных результатов работы. Полная координация деятельности этих подразделений и наибольшая их эффективность может быть достигнута только на базе комплексного оптимального планирования.

ЛИТЕРАТУРА

Антошов В.А., Уваров Г.В. Экономический советник менеджера Уч.-пр. пособие: Мн.: «Финансы, учёт, аудит», 1996. – 320с
Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы: Учебно-методическое пособие. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 248с

Джеломанов Е.В., к.э.н.,

Белорусский государственный экономический университет, Минск, Республика Беларусь
eujel@tut.by

СУБЪЕКТНЫЙ СОСТАВ РЫНКА ИНФОРМАЦИОННОГО РЕСУРСА

В современных условиях информационная составляющая национальной экономики приобретает решающее значение для достижения и поддержания устойчивости экономического развития. Организационной формой существования информационного сектора экономики является соответствующий рынок. В связи с этим актуален вопрос об определении субъектного состава рынка информационного ресурса, который, очевидно, отличается от рынков традиционно анализируемых товаров и услуг.

Коллектив ученых НАН Беларуси выделяет следующие субъекты правоотношений при создании и эксплуатации информационных продуктов и услуг: разработчики; владельцы; пользователи; правообладатели; обработчики документированной информации в информационных системах и сетях; продавцы (дилеры); информационные посредники и покупатели [1, с.90]. Отметим, что принципиальным отличием от субъектов других рынков является наличие такого контрагента, как правообладатель. К недостаткам предлагаемого состава субъектов следует отнести его чрезмерную детализацию, которая больше подходит для анализа конкретного рынка.

В связи с этим теоретически более выверенной представляется позиция Е.А. Петровой, которая подразделяет все группы субъектов исследуемого рынка на две категории: продавцы и потребители информации [2, с.64]. Внутри группы продавцов она выделяет: собственники информации — субъекты, полностью реализующие права собственности, производители информации — осуществляют переработку информационных ресурсов, информационные посредники — обеспечивают передачу информационного продукта одним лицом другому, хранители информации — хранят информационные ресурсы и предоставляют доступ к ним собственников, владельцев и потребителей.

Потребители информации — субъекты, обращающиеся к собственнику информации или посреднику за получением необходимых информационных продуктов для использования их в своей деятельности [2, с.44]. Основным недостатком подхода Е.А. Петровой к исследованию рынка информационных продуктов и услуг является то, что он не содержит четкой дифференциации объекта последнего, под которым она понимает информацию, информационный ресурс и информационные технологии. Такая позиция приводит к сведению круга экономических интересов, определяющих поведение потребителей информационного ресурса, только к стремлению снизить неопределенность. Однако сюда необходимо включить еще и стремление к максимизации полезности от использования названного ресурса. Другим недостатком можно назвать разнородность критериев, используемых при дифференциации группы «продавцы». Так, при выделении субъекта «собственник» использовался критерий полноты реализуемых прав собственности в отношении информационного ресурса, производители и посредники выделены по отношению к процессу производства и доведения до потребителя, хранители — на основе технического критерия реализуемой функции по предоставлению доступа к названному ресурсу. Использование таких критериев было бы оправдано при построении многоуровневой иерархической классификации субъектов информационного рынка, но не при формировании теоретической схемы.