

вуза понимал всю значимость происходящего события. Это формирует у всех чувство причастности.

Не менее важен и внешний PR: в принятом Кодексе необходимо разместить информацию на веб-сайте вуза, а также разместить Кодекс в электронном варианте. Необходимо также представить информацию о принятии документа в прессе, по возможности ссылаться на него в интервью и пресс-релизах. Каждый вуз может найти свой уникальный корпоративный стиль. Руководство университета должно из общепринятых принципов, моральных человеческих устоев выбрать самые важные и необходимые для своего учебного заведения. И вся эта информация должна быть донесена до сотрудников университета, преподавательского состава и студентов с помощью «Кодекса корпоративной культуры БрГТУ».

Не стоит приуменьшать важность «человеческого потенциала» для университета. Задача руководства – постоянно следить за качественным и количественным составом трудовых ресурсов вуза, укреплять их и объединять. Для кадрового резерва необходимо проводить специальный цикл тренингов, цель которых – сформировать в среде молодежи группу лидеров, обладающих высоким уровнем понимания миссии, стратегии, тактических приоритетов университета и разделяющих существующую в вузе систему ценностей, а также выработать и формализовать концепцию лидерства в университете в соответствии с его корпоративной культурой. Повышение квалификации управленческого персонала всех уровней может осуществляться путем проведения семинаров и тренингов с приглашением отечественных и зарубежных специалистов. Эти семинары и тренинги могут быть посвящены вопросам стратегического планирования, управления проектами, особенностям вузовского менеджмента, выработке эффективного индивидуального стиля руководства, формированию навыков работы в команде как в качестве лидера, так и ее рядового члена и другим подобным рода вопросам. Для стимулирования творческой деятельности, ее эффективной оценки и поощрения использовать рейтинговую систему оценки работы преподавателей, учебной деятельности студентов и деятельности подразделений.

Корпоративная культура современных университетов базируется на постоянной работе сотрудников с обучающимися, направленной не только на актуализацию личных и профессиональных способностей, повышение квалификации, но и на гармонизацию внутрикорпоративных отношений, улучшение психологического климата. При таких условиях растет «человеческий потенциал», «человеческий капитал», «нематериальный актив» образовательных учреждений.

Существенную роль корпоративной культуры в системе высшего профессионального образования и значимость корпоративной культуры современного университета определяет следующее:

- наличие корпоративной культуры дает возможность успешно адаптироваться к системе норм и ценностей университета;
- формирует стандарты поведения людей и ответственность за их соблюдение;

- корпоративная культура обеспечивает более эффективную деятельность своей организации;
- корпоративная культура в вузе участвует в формировании человеческого капитала студентов - будущих специалистов.

Но до тех пор, пока не разработана стратегия развития корпоративной культуры вуза, не выявлена специфика корпоративной культуры университета специализированной направленности, сложно сформулировать объективные критерии ее оценки, анализировать ее состояние и разрабатывать направления ее совершенствования.

Заключение. При формировании корпоративной культуры вуза главным является понимание того, что это целостное явление, и только системный подход к процессу ее формирования и изменения, а также широкая система мер по планированию и организации данного процесса позволяют сформировать чувство причастности к общему делу у всего университетского коллектива, что, в свою очередь, приведет к прочности, долговечности и качеству структуры организации, эффективности ее деятельности.

В корпоративной культуре не существует мелочей, поэтому только при объединении всех сотрудников и студентов, которые имеют общие ценности и цели, можно быть успешным на высококонкурентном рынке образовательных услуг.

Конкурентоспособность вуза следует рассматривать как интегральный показатель количественных и качественных показателей, однако на практике его оценка определяется прежде всего выбором абитуриентов. Донести полную информацию о конкурентных преимуществах университета очень сложная и актуальная задача вуза. Результаты вступительных кампаний являются определенной оценкой конкурентоспособности всех учебных заведений. Безусловно, важную роль играет качество подготовки специалистов, но корпоративная культура университетов в современном мире становится все более значимым фактором конкурентоспособности, так как каждый член большой университетской семьи, пропагандируя свой вуз, создает ему внутренний и внешний имидж, потому что образ университета формируют люди, которые являются единой командой.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абрамова, С.Г. О понятии «корпоративная культура» / С.Г. Абрамова, И.А. Костенчук – М., 2000. – 202 с.
2. Албастова, Л.Н. Технология эффективного менеджмента. – М.: Издательство ПРИОР, 2003. – 483 с.
3. Харрис, Ф. Менеджмент в организации: пер. с англ. / Ф. Харрис, Р. Моран. – М., 2002. – 367 с.
4. Шейн, Э.Х. Организационная культура и лидерство: Построение. Эволюция. Совершенствование / Э.Х. Шейн; пер. с англ. В.А. Спивак. – СПб: Питер, 2006. – 421 с.

Материал поступил в редакцию 30.12.2016

NADEINA N.G. The corporate culture of the university as a factor of its competitiveness

The article describes the main success factors of higher education institutions that can ensure their competitiveness, flexibility, adaptability and commitment to continuous development. However, if innovative changes do not affect the fundamental bases of educational institutions – the mission, values, management style, methods of implementation and evaluation of the quality of the work, i.e. what is the corporate culture of the organization, the result may be not effective enough. The algorithm of analysis the corporate culture of the university and the range of possible changes.

УДК 658.14.012

Кивачук В.С.

ПРИНЦИП СКРЫТНОСТИ В БИЗНЕСЕ И ЕГО РОЛЬ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ

В статье рассмотрена сущность и значение коммерческой тайны в бизнесе в Республике Беларусь. Приведены примеры в раз-

личных форматах ведения бизнеса – государственной и частной формы собственности. Приведены высказывания ведущих эконо-

Кивачук Василий Сазонович, к.э.н., доцент, антикризисный управляющий, заведующий кафедрой бухгалтерского учета, анализа и аудита Брестского государственного технического университета. Беларусь, БрГТУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.

мистов и их мнение о необходимости принципа скрытности при осуществлении предпринимательской деятельности.

Возникает вопрос – как долго экономика отдельно взятого государства (через финансовую отчетность и бухгалтерский учет) может оставаться открытой? Примеры есть – бывший СССР, и ответ есть – до развала экономики. Вспомним ситуацию 1922 года, когда политика военного коммунизма в советской России за три года открытости привела к развалу экономики целого государства. Результат – переход к новой экономической политике, который тогда не был представлен как переход к бизнесу. Даже временные меры по формированию рыночных отношений позволили спасти ситуацию.

Второй пример более близкий – девяностые годы прошлого столетия, когда открытость экономики, или вернее отсутствие бизнеса, привели государство второй раз к финансовому краху на коротком историческом периоде.

Кто в такой ситуации может выступить в качестве силы, способной спасти государство? История подтверждает – необходимость в предпринимательстве у государства возникает тогда, когда экономическая ситуация не может быть типизирована на основании прошлого опыта и собственно вероятностный характер событий неизбежен. В такой ситуации администраторы, осуществляющие управление в рамках плановой экономики, не в состоянии осуществить необходимые управленческие действия по управлению предприятием. У них нет права для этого, и они не умеют работать в режиме конкуренции.

Что же такое предпринимательство и кто такой предприниматель? Почему в факторах производства в послемарксовский период часто звучит эта категория как определяющий фактор достижения общего финансового результата предприятия? Как должен действовать предприниматель, чтобы достичь поставленной цели? Мы считаем, что предприниматель должен действовать как научный работник, желающий осуществить научное открытие, – с нарушением действующей логики.

«Освоенные многими людьми наиболее распространенные системы формируют правила действий, поведения и мышления людей. Формирование таких правил находит свое выражение в законах, стандартах, этикете, приличиях и др. Формируется общественная логика.

Формирование общественных правил и догм позволяет достигать положительных (ожидаемых) результатов в производстве и быту с меньшими затратами.

Однако в науке, творчестве, бизнесе фиксация систем является существенным барьером. Мы приходим к выводу, что существующая логика, привычки, правила и другие догмы являются препятствием для научного исследования и получения новых знаний. Соблюдение ранее действовавших правил и догм защищает реальность «от умного», заставляет подавляющее большинство идти туда, куда ведет дорога, в то время когда в науке необходимо идти туда, где дороги нет». Мы должны признать, что и предприниматель должен, вернее – вынужден, каждый цикл новации осуществлять с нарушением действующей логики.

Люди всегда проявляют интерес к ранее не решенным проблемам. Особенно, если решение определенной проблемы позволяет получить определенные преимущества по отношению к другим людям. В любой реальной и живой экономике любое действующее лицо всегда является предпринимателем [1].

В реальной обстановке в любой данный момент времени существует определенное количество товаров, которые продаются на рынке по различным ценам. Данная ситуация возникает постоянно по различным причинам.

Тому, кто первым замечает эту разницу цен и имеет свободные деньги, открывается прибыльная возможность.

Рассматривая рынок как множество актов купли-продажи, мы видим, что в любой момент существует определенное количество возможностей, которые пока еще не были использованы.

Предпринимателю для ведения бизнеса нужно просто знать, где существуют неиспользуемые возможности. Все, что ему нужно, это обнаружить, где покупатели платят слишком много, а продавцы получают слишком мало, и заполнить пробел, предлагая купить чуть дороже и продать дешевле. Чтобы обнаружить эти неиспользуемые возможности, требуется бдительность.

Итак, **первый этап** для предпринимателя – на основе бдительности обнаружить неиспользуемые возможности, где продавцы ресурсов продают их дешевле, а покупатели товаров, произведенных из этих ресурсов, готовы платить за них дороже. Как правило, продавцы ресурсов и покупатели товаров находятся на разных рынках. Только введение неосведомленности открывает возможность появления неиспользованных шансов (и связанных с ними возможностей получения чистой прибыли), а также возможность того, что первый, кто обнаружит истинное положение дел, сможет завоевать соответствующую прибыль путем инноваций, изменений и созидания.

Основу для появления неиспользуемых возможностей составляют ошибки людей. Только в мире, где люди делают ошибки (в том смысле, что не видят наилучших возможностей), могут появиться те возможности для получения чистой прибыли, которые создают простор для предпринимательской активности.

Предприниматель замечает эту разницу цен до того, как это делают другие. При этом важно отметить, что покупка ресурсов предшествует продаже конечной продукции, действия предпринимателя основаны на прогнозах, что будущие цены на продукты не будут в точности соответствовать сегодняшним ценам на ресурсы. Прибыль является результатом отсутствия согласованности между рынком продуктов и ресурсов; и успешное предпринимательство состоит в том, чтобы заметить эту рассогласованность прежде, чем это сделают другие. Прибыль появляется в результате того, что предприниматель, оценивающий будущие цены на продукты более правильно, чем другие, покупает некоторые или все факторы производства по ценам, которые с точки зрения будущего состояния рынка также представляются слишком низкими [2].

Действующий закон вымывания капитала подтверждает наличие множественности цен на рынках, приводит к возникновению условий для перелива капитала от одной стороны к другой посредством процесса производства или торговли.

Действия предпринимателя всегда связаны с риском. В мире неопределенности каждое предпринимательское решение представляет собой рискованное предприятие. С другой стороны, деятельность предпринимателя носит спекулятивный характер.

Вторым этапом после выявления неиспользуемой возможности является защита данной информации от других предпринимателей и общественности в том числе, которые готовы также ее использовать в своих предпринимательских целях от государств.

Для повышения защищенности информации предпринимателю необходим «информационный шум», который маскирует ту часть информации, которая ему нужна для целей бизнеса. При этом используются средства массовой информации, «утечка» искаженной и завуалированной информации, соответствующие интервью, и др. От второго этапа зависит продолжительность активного использования неиспользуемых возможностей.

Третий этап – осуществление неиспользуемой возможности для производства товаров и услуг их продвижения, получении сверхприбыли.

Четвертым этапом является поиск новой неиспользуемой возможности (№ 2).

На **пятом этапе** – нужно методом созидательного разрушения перейти от неиспользуемой возможности № 1 к неиспользуемой возможности № 2. Цикл замкнулся.

Инновационная теория предпринимательства связана с исследованиями американского экономиста Йозефа Шумпетера (1883–1950). Он выдвинул концепцию «созидательного разрушения» как условия динамического развития экономики.

В целом, Шумпетер в качестве назначения комбинирования выделяет следующие пять случаев:

1. Изготовление неизвестного потребителям, блага или создание нового качества известного блага;
2. Внедрение нового способа воспроизводства. Это могут быть инновации в процессе производства и коммерческой деятельности.
3. Освоение новых рынков или новых сегментов рынка.
4. Получение нового источника сырья или полуфабрикатов независимо от того, существовал этот источник прежде или просто не принимался во внимание, или считался недоступным, или его еще только предстояло создать;
5. Внедрение новых методов организации труда.

Теоретические представления Й. Шумпетера являются непосредственным развитием представлений Ф. Найта. Именно с созданием новой производственной функции, создание которой не основано на опыте прошлого, связано возникновение уникальной неопределенности.

Что же такое «инновационная теория предпринимательства» или «инновационное развитие», как принято называть данную категорию в настоящее время в Республике Беларусь? Мы считаем, что данная категория – это не программа конкретных мероприятий, выполняя которые, предприятия могут выйти и находиться на передовых позициях в сфере бизнеса и побеждать конкурентов.

Озвучивание или печать этих вариантов приводит к потере их ценности. Практически в средства массовой информации попадают сведения о методах эффективной деятельности предпринимателя после завершения их использования. Это некрологи на прошлые предпринимательские идеи, которые принесли на определенном этапе сверхприбыль.

Теория прибыли профессора Найта хорошо известна. Прибыль получается в результате постоянно меняющейся обстановки, в которой осуществляется экономическая деятельность, и связанной с меняющейся обстановкой неопределенности в отношении исхода альтернативных курсов действия. Прибыль – это остаток, если он вообще есть, остающийся предпринимателю после того, как он выплачивает в соответствии с контрактом согласованные доходы нанятым факторам.

Итоговый показатель, характеризует для предпринимателя необходимость (немедленно или через определенное время) осуществить «Созидательное разрушение».

Рассмотрев определения предпринимателя с позиции различных авторов, мы должны сделать несколько выводов.

Первым выводом мы считаем то, что предпринимательские способности человека – это особый дар (и бремя), которые есть у определенной части людей, имеющих развитое абстрактное мышление и могущих в повседневной деятельности выходить за рамки логических догм и правил.

Второй вывод – предприниматель всегда действует с целью личного интереса. Предпринимательский интерес реализуется в форме получения прибыли, решении научной или технической проблемы, достижении власти над другими людьми (или ее сохранении), достижении военных побед. Это формирует соответствующие сферы предпринимательской деятельности: бизнес, наука, государственная власть, военная сфера и др.

В каждой из отмеченных сфер предприниматель проявляет максимальные способности для того, чтобы быть первым (или лидером на определенном уровне). Действия предпринимателя могут переходить из одной сферы в другую или пересекаться. Для решения предпринимательского интереса в одной из сфер могут привлекаться предприниматели в других сферах.

«Я представляю предпринимателя не как источник новшеств, но как субъекта, бдительного к возможностям, которые уже существуют и ждут того, чтобы их заметили. Точно так же в экономическом развитии предприниматель должен представляться реагирующим на возможности, а не создающим их; использующим прибыльные возможности, а не порождающим их. Без предпринима-

тельства, без бдительности к новым возможностям получения сверхприбыли, долгосрочные выгоды могут остаться неиспользованными.

На различных этапах развития предприятия реализация новых предпринимательских идей происходит по-разному. **На стадии создания предприятия** происходит воплощение идеи предпринимателя на основе анализа рынка, разработки бизнес-плана с учетом цен на ресурсы и организационные условия. При этом уставный капитал, внесенный учредителем, находится в наиболее активной форме – денежных средств или материальных ресурсов, непосредственно готовых участвовать в производственном процессе.

Данная ситуация привела к разработке И. Шумпетером теории созидательного разрушения. Рассмотрим данную концепцию подробнее.

По мнению Иозефа Шумпетера, функция предпринимателя заключается в том, чтобы: "...реформировать или революционизировать модель производства путем применения изобретения или, в более общем виде, непроверенной технологической возможности для производства нового товара или старого новым способом, путем открытия новых источников снабжения материалами или новых рынков сбыта для продукции, путем реорганизации отрасли" [2].

Для Шумпетера сущность предпринимательства заключается в способности вырваться из рутины, разрушить существующие структуры, сдвинуть систему с траектории равномерного кругооборота потока равновесия. **Предпринимательство – это разрушительная, нарушающая равновесие сила, которая выводит рынок из сонного состояния равновесия** (выделено автором).

Позиция Шумпетера по оценке предпринимательской деятельности совпадает с позицией Маркса. Они считают, что она (предпринимательская деятельность) является источником эволюционного процесса, который и составляет капитализм. "Открытие новых рынков, внутренних и внешних, и развитие экономической организации от ремесленной мастерской и фабрики до таких концернов, как "U.S. Steel", иллюстрирует все тот же процесс экономической мутации, ... который непрерывно революционизирует экономическую структуру *изнутри, разрушая старую структуру и создавая новую* (выделено автором). Этот процесс созидательного разрушения является самой сущностью капитализма" [2] там же, с. 127–127 (курсив в оригинале)].

В трактовке предпринимательства определенное отличие имеется у последователя Людвига фон Мизеса Изразля М. Кирцнера в книге «Конкуренция и предпринимательство» [5].

Если И. Шумпетер считает, что основу в процессе предпринимательской деятельности составляет деятельность предпринимателей-лидеров, *которые внедряют новаторские идеи. Однако в реальности сферу бизнеса представляют не только лидеры, но и целый слой* (Кирцнер называет их сонма "подражателей"), идущих по следам предпринимателей-лидеров.

В то время как именно лидеры временно создают себе сверхприбыль, поднимая экономику и государство на более высокий уровень экономического развития, представители мелкого бизнеса приводят экономику в состояние покоя на новом, более высоком уровне равновесия.

Капиталистическое развитие для Шумпетера состоит из внезапных приливов предпринимательской, инновационной энергии, постоянно заглушаемой подражателями и рутинерами [4] (*Шумпетер*. Теория экономического развития, с. 280 и далее).

И предприниматели-лидеры и предприниматели-подражатели решают одну цель – получение прибыли. Каждый из них стремится получить сверхприбыль. Однако в конкурентной борьбе побеждают лучшие и наиболее удачливые. Для того, чтобы им находиться на высшем уровне, они должны постоянно осуществлять процесс созидательного разрушения, прекращая производство продукции, находящейся на стадии устойчивого снижения рентабельности. При этом, для обеспечения устойчивого состояния бизнеса, созидание новой идеи начинается задолго до того, как выпускаемый товар станет низкорентабельным. Передовые концерны начинают разрабатывать

будущий товар сразу же после начала выпуска нового. По наукоёмким отраслям этот процесс идет с еще большим опережением, когда на разных уровнях готовности разрабатываются товары трех – четырех уровней. Все это осуществляется в закрытом режиме, часто сопровождается тупиковыми вариантами. При этом затраты по разработке новых видов продукции достаточно просто отнести на себестоимость выпускаемой продукции и снизить уровень уплаты налогов.

Капитал в аудите создал мощный инструмент собственной безопасности перед обществом и государством (там, где государство доверяет аудиту). Для этого капитал делится частью прибыли, оплачивая высокие гонорары своему защитнику. Эти гонорары используются для формирования высокого престижа аудита в обществе, а также для страхового покрытия возможных потерь в случае публичных претензий [5].

Анализируя основные международные принципы финансовой отчетности в условиях рыночных отношений, мы можем сказать, что в этом перечне нет принципа скрытности. Вернее, он есть, он присутствует в каждом из принципов. Но о нем не говорят, так как это неприлично. Это норма в условиях конкуренции, сама собой разумеющаяся. И если его озвучить, то он (принцип скрытности) перестанет быть скрытным [4].

Принцип скрытности имеет двустороннюю направленность действий. В одних условиях деятельности капитала предприниматель должен скрывать прибыль, чтобы не привлекать конкурентов, в других – отражать максимальную прибыль (в ряде случаев – не отражающую действительность, завышенную) и скрывать затраты. В таких случаях капиталу выгодно отразить высокую норму прибыли.

Это характерно тогда, когда предметом труда предприятия является заемный капитал. В таком векторе направлении действуют банки, инвестиционные фонды, финансовые компании, государство, открытые акционерные общества, акции которых котируются на фондовых биржах. Вспомним деятельность финансовых пирамид, реклама о которых в недавнем прошлом не сходила с экранов телевизоров. Да и нынешняя рекламная продукция в ряде случаев является инструментом преступного получения капитала, но узнаем у потребителей товара об этом мы слишком поздно. Ярким примером целевого использования принципа скрытности в рамках государства является дефолт августа 1998 года, приведший к перераспределению капитала в больших размерах.

Каждый из действующих международных принципов финансового учета направлен на обеспечение максимально комфортных условий функционирования капитала.

Мы не можем утверждать, что действие принципа скрытности является отрицательным явлением в обществе. Каждый человек в своей практической деятельности ведет себя аналогичным образом. Он стремится к повышению своего благосостояния, росту достатка (капитала) своей семьи. Причем степень благосостояния является относительным показателем, она сравнивается с уровнем жизни тех семей, которые живут рядом. Если внешне уровень благосостояния одинаков, то для полного счастья и морального удовлетворения достаточно иметь определенные, **скрытые от постороннего взгляда, ценности** (выделено автором).

Основной высокой нормы прибыли на предприятии является новая технология, опережающая конкурентов. Причем в качестве новой технологии могут выступать не только производственные технологические процессы. Под категорию «новое» мы относим все те приемы в процессе функционирования капитала, которые позволяют ему достичь большей, по сравнению с конкурентами, нормы прибыли, не нарушая законов.

Главное, что мы вынуждены признать, это то, что в условиях рыночных отношений обязана быть скрытость новых приемов и технологий производителя продукции от конкурентов и общества. Цель поддержания скрытности – получение повышенной нормы прибыли в период до широкого распространения новых технологий. Для потенциального потребителя предназначена рекламная компания, которая предполагает сообщение о новом продукте,

имеющем определенные потребительские или ценовые преимущества по сравнению с продукцией конкурентов.

Еще в 1948 году Йозеф А. Шумпетер в фундаментальном трех томном исследовании «История экономического анализа» анализирует феномен предпринимателя и рассматривает идею экономической эволюции в тесной связи с идеей предпринимательства. Он поддерживает теорию о том, что источником прибыли предпринимателя является тот факт, **что не все происходит так, как было запланировано** (выделено автором). Причиной постоянной положительной прибыли фирмы служит превосходство суждений ее владельца над средним уровнем [3] Ш., с. 1178].

Результат применения новых технологий позволяет собственнику капитала иметь повышенную норму прибыли, которая направляется на дальнейшее опережающее развитие технологии и новых видов товаров и услуг. Использование части прибыли на социальные нужды, благотворительность, меценатство, производственную и фундаментальную науку, расширение маркетинговых исследований, капитальные вложения в подготовку кадров, обеспечение работникам дополнительных социальных гарантий, обеспечение коммерческой тайны, на оплату услуг аудиторских фирм и на другие аналогичные цели позволяет снизить декларируемую норму прибыли до социально справедливой. Частичное включение указанных затрат в себестоимость продукции позволяет процветающему бизнесу (читай – капиталу) одеть серые одежды. **Не дать обществу и государству возможности усомниться в справедливости цены на товары и услуги, даже если они высоки, – вот результат действия принципа скрытности.**

В бывшем СССР отношение к коммерческой тайне было принципиально другое. Была развита военная тайна, государственная, партийная, научная, но тайны коммерческой в рамках социалистического народного хозяйства не было и быть не могло. Любые достижения, внедренные изобретения, рационализаторские предложения и технологии сразу же становились достоянием общественности посредством средств массовой информации, прессы, семинаров по распространению передового опыта и т. д.

Можно продолжить аналогичные высказывания, но как вывод мы должны признать, что призывы организовать прозрачный, достоверный учет в странах бывшего СССР после перехода к рыночным отношениям являются отражением недостаточной информированности авторов о том, что такое рыночная экономика, капитализм и бизнес. Принцип скрытности в бизнесе является краеугольным камнем всех взаимоотношений между всеми сторонами производственного процесса. Только он позволяет побеждать в конкурентной борьбе.

Бизнес как движущая сила экономического развития

Введение неосведомленности открывает возможность появления неиспользованных шансов (и связанных с ними возможностей получения чистой прибыли), а также возможность того, что первый, кто обнаружит истинное положение дел, сможет завоевать соответствующую прибыль путем инноваций, изменений и созидания.

Основу для появления неиспользуемых возможностей составляют ошибки людей. Только в мире, где люди делают ошибки (в том смысле, что не видят наилучших возможностей), могут появиться те возможности для получения чистой прибыли, которые создают простор для предпринимательской активности.

Ключевое значение в инновационной теории предпринимательства имеет физическое лицо – человек в единственном числе – являющийся носителем инновационных предложений. Причем в голове этого менеджера должно находиться много вариантов возможных действий предприятия в краткосрочном периоде.

На этапе деятельности предприятия, которое имеет действующую технологию по выпуску определенного вида продукции, ситуация не настолько благоприятная. Значительная часть капитала предприятия находится в форме внеоборотных активов – здания, сооружения, оборудование – и использовать их для производства новых видов продукции часто невозможно. Реализация идеи предпринимателя о новации имеет существенные ограниче-

ния. Перевод активов из одной формы в другую неизбежно приводит к финансовым потерям. Использование заемного капитала для внедрения новаций ведет к удорожанию проекта. Кроме того, в связи с переходом на новые товары возникает необходимость вывода из производства капитала, задействованного в завершающемся проекте.

Их активность, восстанавливающая равномерный кругооборот, по нашему мнению, также является предпринимательской деятельностью. Они подражают лидерам, часто работают с низкой прибылью, а в отдельных случаях и с убытками. В эту категорию попадают те предприниматели, которые не смогли своевременно узнать информацию о новациях, кто не смог осуществить перевод иммобилизованных активов в денежные средства для организации нового производства или своевременно получить кредит. Каждый из предпринимателей-лидеров на определенной стадии развития попадает в эту категорию бизнеса. На следующем цикле созидательного разрушения они могут оказаться в роли аутсайдеров или банкротов.

Предприниматели-подражатели необходимы лидерам. Первые согласны оставлять им часть прибыли от производства товаров, не обеспечивающих сверхприбыли. Главной причиной этого являются особенности технологии созидательного разрушения. Для того, чтобы осуществить внедрение нового товара в соответствии с «непрерывным штормом» Шумпетера, необходимо осуществить «разрушение» действующего производства. Причем само «разрушение» не должно привести к финансовому разрушению. То есть необходимо реализовать действующее оборудование, проработавшее два-три года, и заменить его более совершенными. Кто может выступить покупателем данного оборудования? Без сомнения *Кирцнеровский* подражатель активных предпринимателей (лидеров).

Созидательное разрушение, проводимое предпринимателем, является тем источником внешней силы, которая дает новый импульс для ускорения кругооборота капитала предприятия. Особенность его состоит в том, что созидание новых и разрушение уже действующих предпринимательских возможностей находятся по разные стороны от оси вращения. Это позволяет создать не просто эффект силы, а создает вращательный момент относительно оси.

Фактически не применяется внутренний и внешний аутсорсинг. Большинство компаний предпочитает сохранить некоторые виды деятельности, связанные с информационными технологиями, в рамках своей организации. Даже те, кто решает преследовать подход аутсорсинга, могут предложить своему собственному отделу информационных технологий представить предложения по повышению эффективности и качества. Они могут оказаться более привлекательными, чем предложения, полученные от внешнего поставщика услуг. В таком случае организация может решить использовать внутренний аутсорсинг, а внутренний отдел информационных технологий будет формально признан поставщиком услуг. Будут заключены соглашения по обслуживанию, а услуги улучшены и разработаны так, как обозначено в победившем предложении. Резервные мощности могут быть использованы для развития дополнительного бизнеса, возможно вне организации клиента.

При таком подходе организация клиента сохраняет штат и фонды отдела информационных технологий и, надо надеяться, предоставляет возможности для внедрения улучшений и повышения производительности.

Заключение. Экономическая ситуация в Республике Беларусь в настоящее время переживает не лучшие времена. Государственные производственные активы, находящиеся в собственности прави-

тельства, управляются назначенными органами управления, которые не в полной мере заинтересованы в эффективности их использования. Кризис в белорусской экономике, начавшийся в 2009 году и прошедший острую фазу в 2011 году, перейдя в хроническую форму, не утихает и сегодня: растет число хронически убыточных предприятий, множатся случаи неполной рабочей недели, явно неустойчива кредитно-денежная сфера. Причем мировой опыт успешных модернизаций нашими властями упорно игнорируется. В документе изложены системные меры, направленные на повышение эффективности функционирования экономики за счет обеспечения надлежащего качества управления государственными предприятиями и снижения себестоимости продукции, развития добросовестной конкуренции на внутреннем рынке, роста и диверсификации экспорта, рационального импортозамещения.

Предусматривается ускоренное развитие малого и среднего бизнеса, привлечение иностранного капитала в развитие и создание производств, поступательное снижение ставок по кредитам в экономике, уполномочить председателей районных (городских) исполкомов принимать в порядке, утверждаемом Президентом Республики Беларусь, оперативные решения по передаче в доверительное управление предприятий как имущественных комплексов.

Доверительное управление – одна из наиболее популярных услуг, предоставляемых на фондовых рынках мира. Доверительное управление привлекает частных и корпоративных клиентов возможностью эффективно размещать свободные денежные средства в инструменты фондового рынка без дополнительных затрат (на обучение, содержание персонала и анализа рынка) и получать доход выше, чем по банковским депозитам [6].

Доверительное управление – одна из наиболее популярных услуг, предоставляемых на фондовых рынках мира. Доверительное управление привлекает частных и корпоративных клиентов возможностью эффективно размещать свободные денежные средства в инструменты фондового рынка без дополнительных затрат (на обучение, содержание персонала и анализа рынка) и получать доход выше, чем по банковским депозитам [6].

К сожалению автора, в Республике Беларусь не приветствуются приемы осуществления и ведения бизнеса как в частных, так и государственных предприятиях, которые применяются на большинстве предприятий в странах с рыночной экономикой.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Мизес, Л. фон. Человеческая деятельность: Трактат по экономической теории. – М.: ОАО НПО Экономика, 2000. – С. 239.
2. Шумпетер. Капитализм, социализм и демократия. – С. 183.
3. Мизес, Л. фон. Человеческая деятельность: Трактат по экономической теории. – М.: ОАО НПО Экономика, 2000. – С. 239
4. Людвиг, фон Мизес Конкуренция и предпринимательство / Людвиг фон Мизес, Израэль. – М., Кирцнер.
5. Почему провалилась модернизация по Прокоповичу. – Режим доступа: http://news.tut.by/economics/444196.html?utm_campaign=news-eed&utm_medium=rss&utm_source=rss-news – Дата доступа: 15.04.2016.
6. О мерах по повышению эффективности социально-экономического комплекса Республики Беларусь: Указ Президента Республики Беларусь № 78.

Материал поступил в редакцию 31.01.2016

KIVACHUK V.S. The principle of reserve in business and its role in the conditions of the competition

In the article the essence and value of trade secrets in business in the Republic of Belarus. The examples in different formats business - public and private ownership. Presents the findings of leading economists and their opinion on the necessity of the principle of secrecy in business activities. that basis in the course of business of the activities leading entrepreneurs (in the Republic of Belarus, which introduce innovative ideas. But in reality, the scope of business are not only leaders but also a layer (Kirzner calls them the host of "imitators"), walking in the footsteps of business leaders operating on the basis of outsourcing.