Весці

Беларускага дзяржаўнага педагагічнага універсітэта імя Максіма Танка

Штоквартальны навукова-метадычны часопіс. Выдаецца з чэрвеня 1994 г.

№ 3 (41) 2004

Серыя 2.
Гісторыя. Філасофія. Паліталогія. Сацыялогія. Эканоміка. Культуралогія

Галоўны рэдактар:
П. Дз. Кухарчык

Рэдакцыйная калегія:
Н. Г. Алоўнікава
В. А. Бондар
(нам. галоўнага рэдактара)
В. В. Бушчык
Ю. А. Быкадораў
(нам. галоўнага рэдактара)
М. С. Вайтовіч
А. М. Вітчанка
К. У. Гаўрылавец
А. А. Гіруцкі
Т. А. Грыгор'ева
Л. М. Давыдзенка
М. М. Забаўскі
В. Б. Кадацкі
Я. Л. Каламінскі
У. М. Калюноў
Л. В. Камлюк
Л. А. Кандыбовіч
П. В. Кікель
Н. І. Копысава
(адказны сакратар)
Г. А. Космач
А. М. Люты
І. А. Новік
А. У. Рагуля
В. М. Русак
А. І. Смолік
В. Дз. Старычонак
М. Т. Стэльмашук
В. Б. Таранчук
І. С. Ташлыкоў
В. М. Фамін
А. Т. Федарук
Л. Н. Ціханаў
І. І. Цыркун
Л. Б. Шнеперман
У. А. Якавенка
М. Г. Ясавееў
М. С. Яўневіч

Змест

Гісторыя

Дрожжа Л. Ч. СУЧАСНЫЯ ТЭНДЭНЦЫІ РАЗВІЦЦЯ БЕЛАРУСКАЙ ГІСТАРЫЯГРАФІІ: ТЭАРЭТЫКА-МЕТАДАЛАГІЧНЫЯ АСПЕКТЫ 3

Конеў Я. Ф. ГІСТАРЫЧНЫЯ І ГРАМАДСКА-ПАЛІТЫЧНЫЯ ФАКТАРЫ ФАРМІРАВАННЯ ІНФАРМАЦЫЙНАЙ ПРАСТОРЫ БЕЛАРУСІ 7

Мельнікаў І. В. АСВЯТЛЕННЕ ПЫТАННЯЎ САЦЫЯЛЬНА-ЭКАНАМІЧНАГА РАЗВІЦЦЯ БЕЛАРУСІ Ў ПАЧАТКУ XX СТ. (1900—1914 ГГ.) У ПРАЦАХ ПОЛЬСКІХ ГІСТОРЫКАЎ 10

Крывуць В. І. ДЗЕЙНАСЦЬ СТУДЭНЦКАЙ АРГАНІЗАЦЫІ «БРАЦКАЯ ДАПАМОГА» ВІЛЕНСКАГА УНІВЕРСІТЭТА ІМЯ С. БАТОРЫЯ Ў 30-я гг. XX ст. 13

Гаштольд С. В. НАЦЫЯНАЛЬНЫЯ АСПЕКТЫ КРЭДЫТНА-БАНКАЎСКАЙ ПАЛІТЫКІ САМАЎЛАДДЗЯ Ў БЕЛАРУСІ Ў ДРУГОЙ ПАЛОВЕ XIX — ПАЧАТКУ XX ст. 15

Космач А. М. РУХ ПАЎДНЁВЫХ СЛАВЯН ЗА НЕЗАЛЕЖНАСЦЬ І ПАДЗЕННЕ АЎСТРА-ВЕНГРЫІ, ПАЗІЦЫЯ ЗША ПА АБАЗНАЧАНАЙ ПРАБЛЕМЕ 18

Фядковіч Г. І. КУЛЬТУРА БАЛГАРСКІХ ПЕРАСЯЛЕНЦАЎ У РАСІІ І БЕЛАРУСІ (XIX—XX стст.) 26

Пілецкі В. А. АБ ШКОЛЬНА-ПАЛІТЫЧНЫХ І РЭЛІГІЙНА-ІДЭАЛАГІЧНЫХ АБРЫСАХ ВЫХАВАЎЧА-АДУКАЦЫЙНАГА ПРАЦЭСУ ВІЗАНТЫІ НА ЭТАПЕ АДАСАБЛЕННЯ ДЗЯРЖАВЫ 28

Варывончык І. В. БАГАТЫЯ І БЕДНЫЯ Ў СУЧАСНАЙ АМЕРЫЦЫ: ПАГЛЫБЛЕННЕ САЦЫЯЛЬНАЙ НЯРОЎНАСЦІ 34

Смірноў А. У. РУР І АНГЛА-АМЕРЫКАНСКІЯ СУПЯРЭЧАННІ Ў 1945—1949 гг. 36

Філасофія

Кікель П. В., Курэц Т. В. МАТЭМАТЫЗАЦЫЯ АДУКАЦЫІ ЯК ФАКТАР ЯЕ РАЗВІЦЦЯ 39

Саўчанка Я. А., Парфенчыкава В. А. ДУХОЎНАСЦЬ І МАРАЛЬНАСЦЬ: АГУЛЬНАЕ І СПЕЦЫФІЧНАЕ 43

Паліталогія

Ільін М. В. ПАЛІТЫКА-ТЭХНАЛАГІЧНЫ ІНАВАЦЫЙНЫ ПРАЦЭС У СІСТЭМЕ ДЗЯРЖАЎНАГА КІРАВАННЯ 46

Дабрынец А. В. ПРАБЛЕМА РАЦЫЯНАЛЬНАЙ СТРАТЭГІІ РАЗВІЦЦЯ ВЫШЭЙШАЙ АДУКАЦЫІ Ў РЭСПУБЛІЦЫ БЕЛАРУСЬ 51

РЕПОЗИТОРИЙ БГПУ

Библиотека БДПУ им. М. Танка

ЭКАНОМІКА

УДК 338.45

Л. М. Давыдзенка, Т. Д. Давыдзенка

ВЕДЫ ЯК РЭСУРС АЎТАМАТЫЗАЦЫІ КІРАВАННЯ ПРАДПРЫЕМСТВАМ

Рост прадпрымальніцтва і канкурэнтаздольнасці прадпрыемстваў, уключаючы ўстановы адукацыі, патрабуе кампетэнтных эканамічных зрухаў, напаўнення рэзультатамі мэтанакіраваных даследаванняў і папулярызацыі эканамічных ведаў. Адна з перашкод для росту фірм — нявыкарыстаная магчымасць ў падрыхтоўцы менеджэраў да вырашэння складаных праблем і задач у арганізацыі кіравання. У многіх выпадках яны паказваюць няздольнасць да такіх пераўтварэнняў у становішчы і паводзінах, каб прыстасавацца да новых патрэбнасцей арганізацыі і акружэння [1, с. 247]. У бліжэйшы час пераўтваральная экспансія канкурэнтных стратэгій будзе мець больш выразныя рэальныя магчымасці.

Трансфармацыя эканомікі складае ключавы комплекс дзелавога жыцця і асноўных стратэгічных абумоўленасцей прадпрыемстваў. У гэтым заключаецца развіццё іх стратэгічных маркетынгавых паводзін, якія абазначаюць прынцыповую перабудову мікраэканамічнага механізму развіцця і разам з інавацыйнымі паводзінамі складаюць яго асноўны элемент. На першым этапе трансфармацыі дамінавалі стратэгіі прадпрыемстваў, арыентаваныя на падтрымку стабілізацыі эканомікі. У перыяд вывядзення эканомікі з рэгрэсу пры дапамозе выпраўленай эканамічнай палітыкі з'явіліся актыўныя рынкавыя матывы паводзін прадпрыемстваў. Нараўне з гаспадарчым ростам і змяненнем логікі працэсаў трансфармацыі можна заўважыць канкурэнтныя стратэгічныя змяненні паводзін прадпрыемстваў. Яны адносяцца і да знешняга рынку. Часцей за ўсё гэта стратэгіі, выкарыстоўваючыя і канкурэнтныя перавагі ніжэйшага шэрага, і стымулюючыя стратэгіі цэнавых фактараў (цана-колькасць), чым стратэгіі прэферэнцый — высокай якасці.

На сучасным этапе адбываецца бачнае змяненне стратэгічнай арыентацыі прадпрыемстваў з размеркавальнай на маркетынгавую. Актывізацыю паводзін рынкавых сіл і развіцця, што праяўляюцца ў форме новых інвестыцый прадпрыемстваў, абмяжоўваюць умовы палітычнага і эканамічнага характару. Перш за ўсё размова пойдзе аб палітыцы падаткавай, не заўсёды правільна адлюстроўваючай магчымасці нашай эканомікі, уключаючы эканамічны рост ў дадзены перыяд. Да элементаў, стымулюючым такія паводзіны, належыць унутраны попыт, канкурэнцыя імпарту, развіццё непасрэдных замежных інвестыцый.

Шматлікія фірмы не былі арыентаваны на мэтавы рынак. Аднак маркетынгава арыентаваныя прадпрыемствы павінны вызначаць сваё поле рэнтабельнай актыўнасці, гэта значыць ажыццяўляць выбар часткі рынку, якая называецца сегментам, у якую будуць накіроўваць свае прадукты па дагаворных цэнах, размеркаванне і прасоўванне [2]. Неразуменне такой неабходнасці, як недахоп умення вызначэння стратэгічных рэгіёнаў уласнага бізнесу, не дазваляе выкарыстоўваць шанцы, звязаныя з выгадай раздзялення і кааперацыяй фірмы ў рынкавым асяроддзі.

Пераход на рынкавую арыентацыю абазначае змяненне перспектывы з унутранай, накіраванай на ўласныя справы, на больш адкрытую, знешнюю, што суправаджаецца змяненнямі арганізацыйных структур, а таксама змяненнем новых узроўняў няўпэўненасці ў будучым. Цяжкасці ў гэтых адносінах павялічваюць нізкая прапанова спецыялістаў у галіне маркетынгу і недастатковае прапанаванне спецыялізаваных паслуг, якія аказваюць усеагульную дапамогу маркетынгавым дзеянням: маркетынгавыя даследаванні, праекціроўка і ўкараненне інфармацыйных сістэм, public relations.

Прадпрыемствы сустракалі перашкоды развіцця маркетынгавай арыентацыі перш за ўсё ў рынкавым асяроддзі. У гэты перыяд адбываўся бачны ўплыў мінулага строю, нераўнапраўе паміж рознымі формамі ўласнасці. З гэтых агульных абумоўленасцей вылучаюцца некаторыя дзяржаўныя прадпрыемствы, якія дзякуючы шматгадовым сувязям з замежнымі рынкамі ўстанавілі маркетынгавую арыентацыю. Вялікае значэнне надаецца адрозненням маркетынгавых арыентацый прадпрыемстваў у асобных сектарах эканомікі і значным ўнутрысектарным асаблівасцям.

РЕПОЗИТОРИЙ БГПУ

Недастаткова глыбокая рэструктурызацыя прадпрыемстваў мае адносіны да недаразвіцця ў сферы інфраструктуры, непаслядоўнасцю ў мікраэканамічнай палітыцы, і перш за ўсё да прадпрыемстваў з нізкім пазнаннем у макраэканамічнай палітыцы дзяржавы [3, с. 32—33]. У адносінах да новай парадыгмы развіцця ў сусветнай эканоміцы — парадыгме, што грунтуецца на ведах,— такія ўпушчэнні пагражаюць вялікімі адмоўнымі наступствамі для росту канкурэнтаздольнасці нацыянальных прадпрыемстваў і эканомікі.

Патрэбнасць інтэлектуалізацыі прадпрыемстваў выцякае з ролі ведаў як стратэгічнага рэсурсу фірмы, што мае прынцыповае значэнне для павышэння ўзроўню яе канкурэнтаздольнасці. Арыентацыя інтэлектуалаў на прадпрымальніцтва — справа неаднабаковая, паколькі яна выцякае з аб'ектыўных фактараў. Інакш гаворачы, інтэлектуалы зацікаўлены ў прадпрымальніцтве. З другога боку, прадпрыемствам патрэбны інтэлектуалы. На сучасным прадпрыемстве як арганізацыі, якая скіравана на стварэнне новаўвядзенняў, што стануць асновай прадпрымальніцтва, маюць месца дзве з'явы, узнікненне і ўзаемапранікненне якіх поўнасцю зменіць спосаб яго дзеяння на рынку. Па-першае, прадпрыемства выкарыстае і створыць новую тэхніку. Па-другое, у працэсе ўвядзення тэхнічных змяненняў будзе карыстацца паслугамі людзей больш адукаваных і пастаянна ўдасканальваючых сваю кваліфікацыю, паглыбляючых свае веды. Назіраецца распаўсюджванне сярэдняй адукацыі, зацікаўленасць Інтэрнетам і іншымі камп'ютэрнымі тэхналогіямі. Дзякуючы гэтаму выяўляюцца таленты, больш асоб імкнуцца да пошуку спосабаў дзеянняў, магчымасцей рашэнняў [4].

На канкурэнтным рынку гэта прымушае перадавыя прадпрыемствы карыстацца паслугамі людзей лепш адукаваных і інтэнсіфікаваць працэс іх навучання як на месцы работы, так і ў спецыялізаваных установах адукацыі. Занятасць высокаадукаваных людзей, што пастаянна працуюць над сабой, вядзе да інтэнсіфікацыі працэсаў, вербалізацыі ведаў і іх трансфармацыі. Дадзеныя працэсы становяцца сутнасцю сучаснага прадпрыемства, поспехі якога пачынае вырашаць спосаб выкарыстання сабраных і створаных новых ведаў. Незалежна ад арганізаваных праграм навучання, сучасныя прадпрыемствы становяцца арганізацыямі навучэнцаў, творчымі, выкарыстоўваючымі і ўтвараючымі веды. Ператварэнне ведаў у асноўны стратэгічны запас становіцца фактарам, а павелічэнне гэтага запасу вядзе да інтэлектуалізацыі прадпрыемства.

Веды ўплываюць на каштоўнасць работнікаў, патрабуюць пастаяннага іх абнаўлення. Кампетэнцыя кадраў, разуменне, што веды, уменні, вопыт, схільнасці, становішча, попыты, самастойнасць, пачуццё адказнасці з'яўляюцца важнымі элементамі канкурэнтаздольнасці прадпрыемства. Азначаныя элементы набываюць яшчэ большую каштоўнасць на глебе іншых характарыстык рэсурсаў працы. Мерай іх ацэнкі з'яўляюцца затраты на развіццё прадпрыемстваў у ЕС, ЗША і Японіі, дзе расходы на нематэрыяльны рэсурс (развіццё работнікаў) значна павялічыліся ў апошнія дзесяцігоддзі, пры рэлятыўным памяншэнні інвестыцый у матэрыяльныя рэсурсы фірмы.

Узрастаючая роля ведаў і іх выкарыстанне ў працэсе працы становяцца важным крытэрыем ацэнкі работнікаў. Каштоўнасць ведаў, якая атрымліваецца праз працуючых у фірме людзей, павышае іх значнасць ва ўтрымальнікаў акцый і кліентаў. Затраты на кваліфікацыю работнікаў патрабуюць атрымання карысці, якую фірма мае намер дасягнуць праз эфект навучання ад кожнай службовай асобы. Дадзеная практыка прымяняецца на шматлікіх фірмах Еўропы, у ЗША і Японіі, у Беларусі, Расіі і Польшчы ўваходзіць у фазу рашэнняў, праекціроўкі і частковых увядзенняў.

Вартасцямі каштоўнасці чалавечых рэсурсаў з'яўляюцца:

- прыём на работу, эфектыўнасць працы, стараннасць;
- ідэнтыфікацыя кадраў з місіяй фірмы;
- мабільнасць і дыспазіцыйнасць;
- жаданне і ўменне ўзаемадзейнічаць у калектывах і паміж імі;
- станоўчыя адносіны да іерархіі каштоўнасцей, прызнаных у фірме.

Прыведзеныя рысы чалавечых рэсурсаў перакладваюцца на канкрэтныя адносіны справаводства і справаздачы: фірма — кліенты і шырэй — яе асяроддзе, і ў справаздачы паміж работнікамі і работадаўцамі.

Аўтарытэт фірмы можа быць вычарпаны, калі ў дакументах няма парадку і фірма не прытрымліваецца ўстаноўленых стандартраў пры іх афармленні. Справаводныя аперацыі з'яўляюцца візітнай карткай не толькі кіраўнікоў, але і інжынерна-тэхнічнага, навукова-даследчыцкага персаналу [6].

У беларускай мове паняццю «делопроизводство» адпавядае тэрмін «справаводства». «Справаводства» паходзіць ад слова «справа» — так у XV — XVIII стст. у Вялікім княстве Літоўскім, ядро якога складалі беларускія землі, называлі запіс прынятага рашэння. Тэрмін «справаводства» вярнуўся на беларускія землі ў 20-я гг.

РЕПОЗИТОРИЙ БГПУ

XX ст., калі ў сувязі з утварэннем БССР у дзяржаўныя ўстановы была вернута беларуская мова і пачалася яго актыўная распрацоўка.

Сучаснае справаводства знаходзіцца на стадыі развіцця. Для яго характэрны дзве тэндэнцыі: запазычанне падыходаў, выпрацаваных у рускай мове, і пошук уласнага стылю праз зацвярджэнне нацыянальных стандартаў. Беларускі дзяржаўны інстытут стандартызацыі і сертыфікацыі зацвердзіў стандарт Беларусі «Уніфіцыраваныя сістэмы дакументацыі Рэспублікі Беларусь». З гэтай мэтай павялічаны дзяржаўны кантроль за станам справаводства і архіваў ва ўстановах, арганізацыях на прадпрыемствах. Узмоцнена адміністрацыйная адказнасць службовых асоб за парушэнне заканадаўства ў галіне справаводства і архіўнай справы, страты або незаконнае знішчэнне дакументаў (Закон Рэспублікі Беларусь ад 26 чэрвеня 1997 г.).

Міністэрствам адукацыі Рэспублікі Беларусь уведзены па ўсіх спецыяльнасцях ВНУ курс «Справаводства і дзелавая карэспандэнцыя». Пры вывучэнні курса вялікую ролю набываюць вучэбна-метадычныя матэрыялы, што раскрываюць яго змест і прыёмы засваення.

Уменне аператыўна апрацоўваць інфармацыю, правільна і дакладна афармляць дакументы ў адпаведнасці з дзяржаўнымі стандартамі з'яўляецца кампанентам прававой культуры асобы і састаўляючай прафесійнай кампетэнцыі выпускніка ВНУ. Вывучэнне курса справаводства ў большай ступені неабходна студэнтам-менеджэрам, паколькі ў малым прадпрымальніцтве, дзе ў большасці выпадкаў ім прыйдзецца працаваць, уласнік прадпрыемства сам, эканаміст або сакратар-рэферэнт нярэдка выконваюць функцыі інспектара па кадрах. Адпаведна, для ўмелага вядзення бізнесу неабходна валодаць справаводствам, уменнем дакументальна аформіць кіраўніцкае рашэнне.

Аўтаматызацыя стварэння і вядзення наменклатуры спраў прадпрыемства, кантроль за іх выкананнем, рух па маршруце апрацоўкі, масавая рассылка дакументаў ажыццяўляецца ў праграмным комплексе «Галактыка» (айчынны канкурэнт еўрапейскіх аналагаў). Карпарацыя была створана ў 1987 г. у Расіі. Першая распрацоўка па аўтаматызацыі кіравання прадпрыемствам — стварэнне і СУБД «Атлант». У 1992—1993 гг. утвораны Цэнтральны офіс «Галактыка» ў Рэспубліцы Беларусь [7].

Вытворчыя і гаспадарчыя прадпрыемствы, фірмы, карпарацыі ўяўляюць усталяваныя сістэмы. Яны складаюцца з вялікай колькасці элементаў, рэалізуючых вытворчыя і кіраўніцкія функцыі. Такія эканамічныя аб'екты маюць аб'ёмныя знешнія і ўнутраныя інфармацыйныя сувязі. У дадзеных формах арганізацыі узаемадзейнічаюць розныя матэрыялы, вытворчыя рэсурсы, вялікія калектывы людзей, ажыццяўляецца кіраванне як асобнымі элементамі, так і сістэмай у цэлым.

У рамках сістэмы кіравання цыркулююць інфармацыйныя патокі, якія характарызуюцца наяўнасцю прамой і зваротнай сувязі (рыс.). Прамая сувязь вырашаецца патокам дакументаў у выглядзе дырэктыўнай інфармацыі, што фарміруецца кіраўніцкім апаратам у адпаведнасці з мэтамі кіравання і эканамічнай сітуацыі, якая склалася ў знешнім асяроддзі.

Зваротная сувязь уяўляе паток справаздачных дакументаў (фарміруюцца аб'ектам кіравання), які рухаецца ў зваротным напрамку і ўтрымлівае звесткі аб выкананні прынятых рашэнняў і ступеней уплыву знешняга асяроддзя на ўнутраную эканамічную сітуацыю.

Рыс. Інфармацыйныя патокі на прадпрыемстве

РЕПОЗИТОРИЙ ГГУ

Асноўным аб'ектам, з якім працуе сістэма «Галактыка», з'яўляецца аперацыйны дакумент. Ён фарміруецца пры любой гаспадарчай аперацыі і пацвярджае яе ажыццяўленне. Сукупнасць аперацыйных дакументаў утварае дакументаабарот прадпрыемства.

Выдзяляюць два асноўныя яго класы:

- дакументы — аснаванні, рэгламентуючыя аперацыі паміж юрыдычнымі асобамі (дагаворы, кантракты, трэбаванне, рахунак);
- суправаджальныя дакументы, адлюстроўваючыя сутнасць выконваемых аперацый.

Сістэма «Галактыка» можа ажыццяўляць электронную сувязь з банкам.

Задачы, на рашэнне якіх арыентаваны комплекс «Галактыка», умоўна выдзелены ў функцыянальныя контуры:

- контур адміністрацыйнага кіравання;
- контур аператыўнага кіравання;
- фінансавы контур;
- контур бухгалтарскага ўліку;
- контур кіравання персаналам;
- контур кіравання вытворчасцю.

Сістэма мае модульную структуру. Модуль прызначаны, з аднаго боку, для выкарыстання непасрэдным выканаўцам, а з другога — для рашэння задач розных відаў кіраўніцкай дзейнасці.

Модульная сістэма дазваляе як ізалявана выкарыстоўваць асобныя модулі, так і ў адвольнай камбінацыі. Модулі аб'ядноўваюцца ў контуры.

Контур адміністрацыйнага кіравання выкарыстоўвае ў сваім складзе модуль «Дакументаабарот».

Арганізацыя работы з дакументамі — гэта стварэнне ўмоў, забяспечваючых захаванне неабходнай інфармацыі і дастаўка яе спажыўцу ва ўстаноўленыя тэрміны.

Арганізацыйная работа з дакументамі ўключае стварэнне рацыянальнага дакументаабароту, інфармацыйна-пошукавых сістэм па дакументах, кантроль выканання.

Модуль «Дакументаабарот» прызначаны для ўліку, захавання і апрацоўкі дакументаў і ўліку картак папяровых дакументаў у электроннай форме, а таксама для арганізацыі зносін карыстальнікаў пры вырашэнні вытворчых задач. Дакументы, уваходзячыя ў дакументаабарот, могуць быць атрыманы па электроннай пошце, сканіраваннем з папяровых дакументаў або падрыхтаваны рознымі тэкставымі рэдактарамі.

Модуль забяспечвае:

- стварэнне і вядзенне наменклатуры спраў прадпрыемства;
- стварэнне поўнатэкставых дакументаў;
- стварэнне класіфікацыі дакументаў;
- вядзенне стадый апрацоўкі дакументаў і кантроль выканання;
- рух дакумента па маршруце апрацоўкі;
- масавую рассылку дакументаў у падраздзяленні.

Паняцці «эканомікі, заснаваныя на ведах», «валоданне ведамі», «інтэлектуальны капітал» і шмат іншых роднасных сталі катэгорыямі, якія ўносяць новы ўклад у тэорыю прадпрыемства і прыняцця менеджэрскіх рашэнняў, а таксама практыкі гаспадарання. Веды сталі рэсурсам, параўнальным з капіталам, працай, трывалай маёмасцю, уплываючымі на механізмы канкурэнцыі і гаспадарання. Вызначэнне спецыфікі ведаў як рэсурсу дае магчымасць ацэнкі іх значэння ў эканоміцы. Яна не абмяжоўваецца толькі сектарамі, вызначанымі як высокія тэхналогіі, якія абапіраюцца на інтэнсіўнае выкарыстанне ведаў, але тычыцца ў цэлым сучаснай эканомікі. Вызначэне спецыфікі ведаў як рэсурсу дазваляе сфармуляваць правілы гаспадарання з улікам валодання імі. На гэтай падставе магчыма ўяўленне важнейшых інструментаў як прылад валодання ведамі.

На валоданне ведамі можна глядзець як з перспектывы макраэканомікі, так і мікра, гэта значыць прадпрыемства. У першым выпадку размова ідзе аб устанаўленні ўплыву макраэканамічных фактараў і эканамічнай палітыкі на працэсы стварэння і выкарыстання ў эканоміцы. У другім — прадметам аналізу будуць:

- канкурэнтныя стратэгіі, заснаваныя на ведах;
- арганізацыйныя структуры прадпрыемстваў, інтэнсіўна выкарыстоўваючыя веды праз інфармацыйныя тэхналогіі;
- інструменты валодання ведамі.

Неаспрэчным кірункам, які з'явіўся на створаным і дзеючым развіваючымся рынку, з'яўляецца больш вострая, сапраўдная канкурэнцыя. Стратэгіі канкурыравання з'яўляюцца наступствам рынкавага эканамічнага строю і пэўнай макраэканамічнай палітыкі, хоць уплываюць культурныя узоры і традыцыі. Як даказвае практыка японскіх прадпрыемстваў, канкурэнцыя не павінна быць супярэчаннем супрацоўніцтва, а веды могуць аказацца элементам, інтэгрыруючым розныя арганізацыі ў іх імкненні да развіцця. Многія сектары ўжо блізкія да насычэння і рост продажу можна атрымаць толькі праз атрыманне кліентаў у канкурэнцыі.

Новай парадыгме развіцця ў сусветнай і нацыянальнай (амерыканскай, нямецкай, польскай, расійскай, беларускай і іншых краін) эканоміцы, заснаванай на ведах, павінна садзейнічаць макраэканамічная палітыка дзяржавы. Гэта ўкажа кірунак на рост канкурэнтаздольнасці

РЕПОЗИТОРИЙ БГПУ

прадпрыемстваў праз фарміраванне спрыяльнага клімату прадпрыемстваў, і перш за ўсё інфраструктуры навукова-адукацыйнай, інфармацыйнай і прававой. З гэтага вынікае, што праблемы навукі і адукацыі ў палітыцы дзяржавы абавязаны мець вышэйшы статус і падвяргацца пераацэнцы на карысць прадпрыемства.

У гэтым кантэксце ўсяго сёння з'яўляюцца новыя функцыі і пасады ў арганізацыях, якія ў перспектыве будуць складаць базіс фірмы. Яны вызначаюць кірунак на дасягненне поспеху на аснове стратэгіі, якая грунтуецца на ведах начальніка, адказнага за валоданне ведамі (не толькі інфармацыяй), дырэктара электроннага размеркавання або таго, што называем «альтэрнатыўнымі каналамі продажу», а таксама спецыяліста па справах аховы, галоўнай задачай якога з'яўляецца назіранне за бяспекай даных, якімі валодаюць фірмы,— інфармацыі аб кліентах, спажыўцах і пастаўшчыках. Адсюль вынікае, што ў справе новых тэхналогій папулярнымі будуць «менеджэры будучага». У сітуацыі, калі доступ да фондаў і тэхналогіі будзе лягчэйшы, аб канкурэнтнай перавазе будуць вырашаць людзі, кампетэнцыя якіх заснавана на ведах. Таму будзе лічыцца галоўным — уменне калектыву сканцэнтравацца вакол зразумелых мэт, прыстасаванне стылю кіравання да разнастайнай сітуацыі, лёгкасць паведамлення, у рэшце-рэшт здольнасць да развіцця патэнцыялу ведаў будучага ў кожным работніку праз яго пастаянную перападрыхтоўку ва ўстановах адукацыі [5].

Найбольш важным элементам перамен апошніх гадоў з'яўляецца ўсплёск росту колькасці інфармацыі і значная лібералізацыя ў яе дасягненні. Праблема гэта не толькі ў празмернасці паведамленняў, але і ў здольнасці прыняцця на іх аснове станоўчых рашэнняў. Хуткасць перамен і неабходнасць імгненнай рэакцыі значна зніжае якасць нашых рашэнняў у зменлівай рэчаіснасці. Эластычнасць, новаўвядзенне і ўменне прыстасавацца да ўмоў — гэта дастатковыя фактары для эфектыўнага дзеяння, але толькі ў сувязі са стратэгіяй. Яна — неабходны элемент кожнага дзеяння. Калі не будуеш і не развіваеш сваёй стратэгіі, становішся элементам чужой. Неабходна ведаць, куды накіроўвацца, і крочыць туды настойліва.

ЛІТАРАТУРА

1. *Drucker P.* Praktyka zarządzania, Czytelnik, Warszawa, 1994. S. 247.
2. *Altkorn J.* Orientacje marketingowe polskich przedsiębiorstw. Sesja IV, Przedsiębiorczość i konkurencyjność, z. 13, VII Kongres Ekonomistów Polskich, PTE, Warszawa, 2001. S. 6—7.
3. *Mączyńska E.* Efektywność polskich przedsiębiorstw i jej pomiar. Sesja IV, Przedsiębiorczość i konkurencyjność, z. 6, VII Kongres Ekonomistów Polskich, PTE, Warszawa, 2001. S. 32—33.
4. *Kwiatkowski S.* Przedsiębiorstwo XXI (Intelektualizacja przedsiębiorczości, intelektualizacja przedsiębiorstw). Sesja IV, Przedsiębiorczość i konkurencyjność, z. 3, VII Kongres Ekonomistów Polskich, PTE, Warszawa, 2001.
5. *Kowalska-Marrodan M.* Emocjonalnie inteligentni partnerzy // Marketing. 2000. № 12.
6. Делопроизводство и деловая корреспонденция: Учеб.-метод. комплекс / Т. Д. Давыденко, Л. И. Молчина, Т. А. Кривошея, М. Н. Юшкевич. Мн., 2004.
7. Басалыга В. И. и др. Ведение управленческого учета на компьютере в корпоративной информационной системе «Галактика». Мн., 2001.

SUMMARY

In the article the strategic resource of successful activity of every firm and state innovation management lies in the process of intellectualization of enterprices.

РЕПОЗИТОРИЙ БГПУ

УДК 342.5

Дз. М. Сцепаненка

ДА ПЫТАННЯ АБ СУТНАСЦІ ДЗЯРЖАЎНАЙ ІНАВАЦЫЙНАЙ ПАЛІТЫКІ

Самастойны напрамак дзяржаўнай палітыкі, мэтанакіраванае стымуляванне новаўвядзенняў — так званая «інавацыйная палітыка» — сфарміравалася ў канцы 60—70-х гг. мінулага стагоддзя. Тэрмін «інавацыйная палітыка» быў упершыню выкарыстаны ў вядомым «докладе Charpie» («Технологические нововведения: управление и условия осуществления»), падрыхтаваным Міністэрствам гандлю ЗША ў 1967 г. [1, с. 16]. Вышэйуказаная палітыка ахоплівае сукупнасць розных мерапрыемстваў органаў дзяржаўнай улады (навукова-тэхнічных, падаткавых, вытворчых, кіраўніцкіх, юрыдычных і інш.), арыентаваных на мэтанакіраванае стымуляванне інавацый.

Зыходзячы з гэтага, дастаткова абгрунтаваным уяўляецца вывад аб тым, што інавацыйная