

УДК 658.51

Гигуашвили Г. Г., академический доктор экономики, ассоциированный профессор.

Макасарашили Т. Ш., академический доктор экономики, профессор.

Хоргуашвили Т. Ю., академический доктор экономики, ассоциированный профессор.

Горийский учебный университет. Грузия.

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ МЕНЕДЖМЕНТА БИЗНЕС - ОБЪЕКТОВ

Гигуашвили Г. Г., Макасарашвили Т. Ш., Хоргуашвили Т. Ю. Деякі аспекти менеджменту бізнес-об'єктів. Сучасні корпоративні системи мають складну організаційну структуру. Ефективне управління цих об'єктів можна здійснити при наявності повної оперативної інформації про стан і діяльності всіх департаментів, підрозділів і філій цього бізнес-об'єкта. За умов конкуренції життєво важливе значення набуває надійність і оперативність управлінських рішень. В системі бізнес-об'єктів можна виділити два блоки елементів: матеріальний комплекс і нематеріальний комплекс. Варто відзначити, що з розвитком часу нематеріальний комплекс стає важливіше і значніше матеріального становить підприємства. Найважливішу роль у формуванні ділової репутації підприємства відіграють синергії людського, клієнтського та організаційного капіталу. Для оцінки ділової репутації підприємства вважаємо доцільним використання рейтингового методу. Крім того, для підвищення величини ділової репутації необхідно: оптимізація кадрової політики, розробка програми заохочення співробітників, впровадження інноваційних методів і моделей для забезпечення надійного менеджменту.

Гигуашвили Г. Г., Макасарашвили Т. Ш., Хоргуашвили Т. Ю. Некоторые аспекты менеджмента бизнес – объектов. Современные корпоративные системы имеют сложную организационную структуру. Эффективное управление этих объектов можно осуществить при наличии полной оперативной информации о состоянии и деятельности всех департаментов, подразделений и филиалов этого бизнес -объекта. При условиях конкуренции жизненно важное значение приобретает надежность и оперативность управленческих решений. В системе бизнес -объектов можно выделить два блока элементов: материальный комплекс и нематериальный комплекс. Стоит отметить, что с развитием времени нематериальный комплекс становится важнее и значительнее материального составляющего предприятия. Наиважнейшую роль в формировании деловой репутации предприятия играют синергии человеческого, клиентского и организационного капитала. Для оценки деловой репутации предприятия считаем целесообразным использования рейтингового метода. Кроме того, для повышения величины деловой репутации необходимо: оптимизация кадровой политики, разработка программы поощрения сотрудников, внедрения инновационных методов и моделей для обеспечения надежного менеджмента.

Giguashvili G., Makasarashvili T., Khorguashvili T. Some Aspects of the Management of Business Objects. Modern corporate management systems can only be effective for all departments, branches and departments of the state and the absence of complete information. These factors led to the organizational systems and management of modern information - communication technologies in widespread use. Particular attention is paid to the business - the improvement of facilities management. New business - programs that are implemented, a vital part in the competition, on the other hand, it is difficult enough in terms of

volume of investment, the firm's managers to correct economic policy. Business - objects in the system it is recommended that the two major blocs, such as tangible and intangible complexes. In addition, intangible assets are an increasingly important place in the effective functioning of the enterprise. Intangible assets from the business - the unit has an important impact on the functioning of human capital, organizational capital, the optimal realization of capital and customers. Enterprise business reputation rating evaluation method for estimation of expediency. In addition, it is necessary to enhance business reputation, an optimization of human resources policy, and professional development systems to encourage employees to develop innovative methods and models to provide reliable management by means of implementation

Постановка проблемы. Перспективы развития мировой экономики в XXI в. определяются переходом экономически развитых стран к новому этапу развития производительных сил: от индустриальной стадии к постиндустриальной, где превалирует сфера науки, инновационного предпринимательства, образовательных услуг. Эти фундаментальные изменения вызывают трансформацию подходов, методов и технологий управления организациями.

Целью работы является оценка деловой репутации предприятия с использованием рейтингового метода. Кроме того, для повышения величины деловой репутации необходимо: оптимизация кадровой политики, разработка программы поощрения сотрудников, внедрения инновационных методов и моделей для обеспечения надежного менеджмента.

Изложение основного материала. Современные корпоративные системы, в том числе отраслевые предприятия, промышленные предприятия, торговые фирмы, коммерческие банки и другие так называемые бизнес - объекты, имеют сложную организационную структуру, топологию которых можно представить как сеть распределенных филиалов. Эффективное управление этих объектов можно осуществить при наличии полной оперативной информации о состоянии и деятельности всех департаментов, подразделений и филиалов этого бизнес -объекта. При условиях нынешней острой конкуренции жизненно важное значение приобретает надежность и оперативность управленческих решений. Приобретение и дальнейшее целенаправленное, эффективное использование управленческой информации реализуется с помощью новейших информационно-коммуникационных технологии.

Бизнес-объект, как и всякая система, представляет собой множество элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, которые образуют определенную целостность или единство. Данная система является экономической, ибо она предназначена для переработки вещества, энергии, информации и знаний в потребительские стоимости или обеспечивает благоприятные условия для этого. Цель данной системы – максимизация стоимости и получение прибыли.

В системе бизнес – объектов можно выделить два блока элементов: материальный комплекс и нематериальный комплекс. К первому относится все имущество предприятия, которое отражено в каких-либо документах в виде отчетов, методик, правил. Нематериальный комплекс – это то, что невозможно потрогать руками: клиентские базы данных, организационная структура, местоположение предприятия, созданная работниками аура. Стоит отметить, что с развитием времени нематериальный комплекс становится важнее и значительнее материального составляющего предприятия. Поэтому при рассмотрении предприятия как экономической системы значительное внимание следует обратить его нематериальным составляющим.

Наиболее важными атрибутами предприятия как экономической системы являются эмерджентность и синергия. Понятия «эмерджентность» и «синергия» являются родственными. Синергия означает усиление или ослабление уже имеющегося качества при определенном взаимодействии составляющих элементов, а эмерджентность означает появление нового качества, которым не обладает ни один элемент в отдельности.

Синергия человеческих капиталов – инвестиции в человеческий капитал на уровне одного подразделения приводят к росту человеческого капитала на уровне всего предприятия. Интеллектуальный, мотивационный и синергетический уровень руководителей и сотрудников, а также корпоративные системы и процессы, повышающие этот уровень для достижения все более высоких бизнес -целей компании. [1]

Будущие экономические выгоды могут проистекать из эффекта синергии между идентифицируемыми и неидентифицируемыми активами. Деловая репутация отражает синергизм материальных и нематериальных активов предприятия: стоимость актива функционирующего бизнеса, как правило, не равна стоимости отдельно взятых активов – она может быть больше (в случае успешного функционирования предприятия) или меньше (в противном случае) последних. Эмерджентные свойства не поддаются восприятию, аналитическому объяснению их причинности и непосредственному измерению. Можно измерять лишь их проявление. Деловая репутация – это результат, прежде всего, грамотного управления процессами закупки и продаж, продуманной рекламной политики, способов стимулирования сотрудников предприятия, продвижения товара на рынок и т.п. Свойства предприятия как экономической системы проявляются в целостности, следовательно, разделив систему на части, невозможно обнаружить ее существенных свойств. Новые свойства существуют, пока существует сама система как единое целое. Деловая репутация является одним из эмерджентных свойств предприятия. Наряду с другими эмерджентными свойствами она обеспечивает его внутреннюю целостность. В системе возникает множество видов синергии между материальными и нематериальными составляющими. Следующие виды синергии играют наиважнейшую роль в формировании деловой репутации предприятия.

Синергия человеческого капитала позволяет наращивать человеческий капитал за счет грамотной политики привлечения новых сотрудников, обучения, развития лидерства. Знания, умения и навыки сотрудников – это ключевой фактор достижения качества выпускаемой продукции и конкурентных преимуществ предприятия на рынке. Синергия человеческого капитала позволяет совместно использовать достижения и возможности при управлении знаниями, передавая успешный опыт качественного выполнения процессов всем подразделениям предприятия. Эффект синергии достигается за счет лидерства руководителей, способностей решать проблемы, общей рабочей обстановки, опыта, знаний, удовлетворенности сотрудников.

Синергия клиентского капитала позволяет использовать общую клиентскую базу, комбинируя продукты и / или услуги от многих бизнес - единиц, чтобы обеспечить конкурентные преимущества: низкую цену, удобство и качество продукции. Клиенты – это настоящее и будущее предприятия, без них бизнес не может существовать. Эффект синергии достигается за счет товарной марки, бренда, баз данных клиентов, хороших отношений с клиентами, в том числе и неформальных.

Синергия организационного капитала позволяет использовать ключевые компетенции для усовершенствования технологических процессов, достигая эффекта экономии за счет масштабов благодаря совместному использованию возможностей производства, распределения и маркетинга. Она также позволяет многим производственным и сервисным подразделениям использовать общую технологию, в связи с чем у предприятия появляется возможность предлагать своим клиентам более широкий набор услуг. Эффект синергии возникает в силу умелого использования сети сбыта, организационной структуры, местоположения предприятия, организации полного производственного цикла. [2, 3, 4]

Таким образом, деловая репутация следствие эмерджентности и синергии предприятия как экономической системы, проявляющихся в конкурентных преимуществах и росте прибыльности предприятия.

При анализе хозяйственной деятельности предприятий широко применяется метод рейтинговых оценок. Рейтинг числовой или порядковый показатель, отображающий

важность или значимость определенного объекта или явления, оценка позиции анализируемого объекта по шкале показателей. Высокий рейтинг означает высокое доверие продукции данного предприятия со стороны общественности, высокое признание его деловой репутации. При построении модели деловой репутации можно использовать алгоритм сравнительной рейтинговой оценки финансового состояния предприятий, предложенный М.И. Бакановым, М.В. Мельник и Ф. Д. Шереметом. [5]

Отличие рейтинговой модели от других моделей количественной оценки стоимости деловой репутации состоит в том, что она позволяет взглянуть на оценку стоимости деловой репутации с точки зрения именно того рынка, где функционирует исследуемое предприятие, учитывая почти все ее ключевые факторы. По сути, данная модель обрабатывает маркетинговую информацию и дает на выходе количественную оценку деловой репутации в условных единицах. [6]

Таким образом, такие показатели деловой репутации предприятия, как инновации в ассортименте и продвижении товара, благотворительность, а также оплата труда являются в соответствии с рейтинговыми моделями наиболее значимыми факторами для деловой репутации.

Для повышения величины деловой репутации необходимо: разработка четкой и понятной кадровой политики предприятия (обоснование величины заработной платы, определение полномочий сотрудников, обеспечение возможности карьерного роста, упорядочение внутренних коммуникаций); разработка программы поощрения сотрудников, которая (вместе с предыдущей) затрагивает основную эмоциональную потребность человека – стремление к ощущению своей значимости и потребность в одобрении со стороны окружающих; проведение периодических тренингов и семинаров.

Обеспечение надежного управления следующими факторами: инновационные достижения предприятия (потребители должны знать, что предприятие делает все возможное, чтобы внедрять современные технологии); этические нормы поведения (необходимо помнить – клиент во многом получает представление о предприятии от того, с кем он непосредственно общался; сотрудник во время работы в первую очередь представляет предприятие); история и опыт работы (в некотором смысле деловая репутация – это отражение истории предприятия, ее опыта, поэтому требуется организация специальной службы по взаимодействию с прессой для обнародования прозрачной политики предприятия); постоянное улучшение web-ресурсов и широкое использование потенциала Интернет-ресурсов как оперативных каналов предоставления информации, обеспечение оптимальных связей с общественностью.

Таким образом, стоимость деловой репутации необходимо оценивать не только тогда, когда предприятие продается. Деловая репутация включает очень важные нематериальные активы, которые в совокупности являются неким индикатором успешности на рынке. Более того, в отдельных случаях стоимость неидентифицируемых нематериальных активов предприятия намного существеннее по сравнению со стоимостью его материальных составляющих.

Список использованных источников:

1. Борис Крылов, Человеческий капитал как конкурентное преимущество бизнес - организации. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.hse.ru/data/2011/06/29/1216136828/Krylov_pres.pdf
2. Ашкинадзе А. Практика финансового управления: расчет доходности клиентов. М., Банки и Технологии, №2, 2005
3. Гогичаишвили Г.Г. Автоматизация принятия решений в системах управления. Тбилиси. 2010
4. Ю. Колесов, Ю. Сеничев. Имитационное моделирование сложных динамических систем. – 2006

5. Сургуладзе Г.Г., Топурия Н.Ш., Вачарадзе И.В. Автоматизация Проектирования распределённых офис-систем на базе UML /ORM –технологии. Georgian Engineering News, No 3. Тб., 2007

6. Овчинников В.В., Повышение управляемости больших концептуальных моделей // Информационные технологии - №10. – 2004.

Ключові слова: менеджмент бізнес-об'єктів, синергія людського капіталу, ділова репутація.

Key words: management of business objects, Synergy of human capital, business reputation.

Ключевые слова: менеджмент бизнес-объектов, синергия человеческого капитала, деловая репутация.

УДК 330.352

Павлов К.В., д. э. н., профессор, проректор по научной работе Ижевского института управления, Россия

ИННОВАЦИИ ИНТЕНСИВНОГО ТИПА

Павлов К.В. Інновації інтенсивного типу. У статті розглядається питання про оцінку використання інвестицій і інновацій як чинників посилення інтенсифікації суспільного відтворення, а також пропонується підхід визначення економічної ефективності використання інвестицій з врахуванням їх інтенсивного використання.

Павлов К.В. Инновации интенсивного типа. В статье рассматривается вопрос об оценке использования инвестиций и инноваций как факторов усиления интенсификации общественного воспроизводства, а также предлагается подход определения экономической эффективности использования инвестиций с учетом их интенсивного использования.

Pavlov K. Innovations of intensive type. In article the question on an estimation of use of investments and innovations as factors of strengthening of an intensification of public reproduction is considered, and also the approach of definition of economic efficiency of use of investments.

Постановка проблеми. В последнее время всё больше внимания уделяется вопросам формирования в России инновационной экономики, что совершенно справедливо, т.к. это позволит уменьшить зависимость уровня и темпов социально-экономического развития страны от получаемых доходов вследствие экспорта сырьевых ресурсов. Важно также и то, что в результате этого улучшится имидж России, которую пока ещё нередко отождествляют с сырьевым придатком капиталистического мира. Таким образом, в целом мировой опыт действительно свидетельствует о том, что рост инвестиций в инновационные сферы экономики способствует ускоренному развитию народнохозяйственного комплекса страны и повышению среднего уровня жизни.

Однако это только в целом, а в каждом конкретном случае вложение инвестиций в инновационные сектора далеко не всегда способствует росту прибыли и доходов – так, в фундаментальной науке известно немало случаев, когда вложение средств не только не окупалось, но и приводило к негативным результатам. Кстати, руководство России в последнее время нередко критикует различные ведомства и организации в связи с тем, что существенные инвестиции в создание нанотехнологий пока ещё не дают ожидаемого