

Ориентация на развитие знаний до уровня инноваций существенно меняет содержание деятельности человека и способы ее организации. Задача менеджера — понимать природу знания, чтобы создать обстановку, в которой знания порождаются, усваиваются, множатся, распределяются, интегрируются и ценятся как источник отличительных способностей и конкурентного преимущества предприятия.

*Н.С. Гронская, канд. экон. наук
НУ “Львовская политехника”*

МАРКЕТИНГ И ЛОГИСТИКА НА ПУТИ СТАНОВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИОЛОГИЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ

В настоящее время расширение экономического пространства осуществляется за счет формирования новых производственных систем (партнерство, альянсы, кластеры), активизации инновационной деятельности как инструмента структурной перестройки экономики, выбора и создания, или глобального рыночного мира, или поиска возможностей гармонического сосуществования с природой. Это направление предполагает: реализацию функций маркетинга и логистики в системе менеджмента предприятия; интеграцию экономических наук для выработки единого направления экономического развития; разработку основ гармонических преобразований в экономике с целью построения тождественных механизмов формирования тенденций гармонического развития общества.

Маркетинг и логистика в системе менеджмента предприятия способствуют расширению экономического пространства различным образом. Маркетинг — путем ускорения роста деловых связей между субъектами торговых отношений, прироста масштабов ведения дела в конкурентной среде; путем моделирования поведения контактных маркетинговых аудиторий, исследования маркетинговой функции за видами, процессами, информацией ситуационного анализа. Логистика — путем управления материальными, финансовыми, информационными потоками; путем создания инфраструкту-

ры предприятия с обслуживанием производственной (снабжение, производство, сбыт) и непроизводственной сфер (транспорт, связь, утилизация отходов); путем структуризации экономического потенциала, в том числе кадрового, технического и ресурсного, что непосредственно корреспондирует с приростом объемов в сфере обслуживания, которая требует наличия экономических механизмов обеспечения сроков, качества, ответственного отношения к исполнению партнерских обязанностей, повышения роли предпринимательских структур.

Единство информациогенной основы природы и общества, исчерпание экологической ниши, поиск альтернативной научной базы социально-экономического развития являются доказательством необходимости создания общей научной основы социально-экономического развития.

На практике конструкция механизмов гармонических преобразований в экономике предприятия репрезентирует аксиому функционирования производственной системы таким образом, что результаты, сделанные на основе логистических исследований, подтверждаются резонансностью событий оптимизации, гармонического регулирования интересов развития и функционирования предприятия на основе моделирования их отношений, событий гармонизации элементов производственного потенциала. Предлагается осуществлять координацию действий, а, следовательно, и создание информационного поля программы природы.

*Ю.Л. Грузицкий, канд. истор. наук
БГЭУ (Минск)*

ИЗ ИСТОРИИ УПРАВЛЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫМИ БАНКАМИ В ПЕРИОД КАПИТАЛИЗМА (XIX—НАЧАЛО XX в.)

В условиях формирования многозвенной кредитной системы в нашей стране, в рамках которой предполагается учреждение и первых муниципальных банков, есть необходимость обратиться к опыту организации управления городскими общественными банками в эпоху капитализма, кото-