

ляются с такой интенсивностью, которая позволяет говорить о коренном отличии инновационной экономики от экономики промышленной индустрии, опирающейся на природно-сырьевые ресурсы.

На уровне макроэкономики понятие интеллектуального капитала распространяется до совокупности элементов интеллектуального потенциала, способного не только непосредственно включаться в процесс производства, но и оказывать на него опосредованное воздействие через науку и технический прогресс. На уровне макроэкономики категория интеллектуальных ресурсов приобретает еще более широкое содержание. Если для предприятия интеллектуальные ресурсы – это фактор производства, который должен быть использован оптимальным образом при ограниченных затратах, то для общества в целом это, скорее, потенциал экономического роста и развития, который реализуется лишь в определенной степени.

При исследовании интеллектуального капитала прослеживается его циклическая динамика

Первый цикл связан с формированием интеллектуальных ресурсов и интеллектуального капитала. В процессе формирования используются уже имеющиеся интеллектуальные ресурсы и интеллектуальный капитал. Чем больше по объему и качественнее по составу интеллектуальные ресурсы и капитал, тем эффективнее процесс их формирования.

Второй цикл связан с использованием интеллектуальных ресурсов и интеллектуального капитала. В процессе использования интеллектуального капитала и интеллектуальных ресурсов не только потребляются уже имеющиеся знания, умения, опыт, но и формируются новые.

Третий цикл – это реструктуризация интеллектуального капитала и интеллектуальных ресурсов. Это по сути их внутренне движение, переход из одной формы в другую. Этот цикл трудно проследить в изолированном чистом виде. Он проявляется в процессе возникновения новых форм знаний в ответ на требования жизни.

Связь понятий «интеллектуальный продукт» и «интеллектуальный капитал» имеет экономический смысл только в условиях рыночного ценообразования. В условиях директивного управления ценами интеллектуальный продукт не имеет стоимости, адекватной его вкладу в экономику и говорить о его капитализации, как показали результаты технологического развития в директивной экономике, не приходится.

<http://edoc.bseu.by:8080>

*Крюк Е.В.
УО БГЭУ (Минск)*

МЕДИАННОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИ МОДЕЛИРОВАНИИ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ

Реструктуризация на микроуровне есть процесс адаптации предприятия, который обуславливается внешней средой, борьбой за выживание в ней предприятий, вынужденных постоянно изменять свою внутреннюю организацию с целью большей устойчивости своего развития и достижения экономической эффективности.

В зависимости от влияния на стратегию предприятия можно рассматривать активную и пассивную реструктуризацию. Активная реструктуризация направлена на изменение основных элементов стратегии предприятия: рынков сбыта; видов деятельности; партнеров; продукции; конкуренции; ресурсов; инновационного потенциала; поставщиков. Данный вид реструктуризации проводится по оригинальной программе и

содержит нестандартный набор радикальных мероприятий. В данном случае с помощью реструктуризации проектируются инновационные мероприятия, формирующие наступательную стратегию предприятия. Наступательная стратегия предполагает деловое развитие и может предусматривать освоение новой продукции, внедрение новых технологий производства, повышение качества и конкурентоспособности продукции, поиск новых сегментов рынка, переподготовку персонала, изменение размеров уставного капитала.

Под моделью реструктуризации обычно понимается структурированный набор направлений деятельности для преобразования предприятия. Модель реструктуризации предполагает варианты действий, не предписывая жесткую последовательность, конкретный набор мероприятий и их временные рамки. При моделировании реструктуризации возникает задача распределения средств между конечным числом направлений. Каждый участник экспертной группы имеет свою собственную точку зрения на то, какой политики должно придерживаться предприятие для достижения наилучших результатов. Каждый эксперт может иметь свое представление о приоритете направления, степени реализации каждого направления, о критерии оценки эффективности деятельности.

*Кузнецова И.А.
Полес ГУ (Пинск)*

ПРОСТРАНСТВЕННОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ ТОВАРОВ

От уровня развития торговой сети во многом зависят как степень удовлетворения потребностей населения в товарах, так и культура торгового обслуживания. На развитие и состояние розничной торговой сети влияют экономические, социальные, градостроительные и транспортные факторы.

Определение местоположения подгрупп товаров на территории торгового зала с учетом правил товарного соседства, «роли» подгрупп, удобства покупки и возможности размещения подгруппы в данной локации является главным направлением в деятельности предприятий розничной торговли.

Обследовав наиболее крупные магазины города Пинска, можно сделать вывод, что в большинстве из них не соблюдены основные требования оформления торгового зала. В соответствии с особенностями мерчендайзинга были реализованы сделанные рекомендации в отдельных магазинах города:

- торговые залы разбиты на зоны;
- продукты разбиты на подгруппы соответственно;
- продукты были размещены в торговом зале по зонам.

До проведения мерчендайзинговых мероприятий эффективность экспозиционной площади по товарообороту составляла 1,214 – максимальное отклонение от критерия. После их проведения, без изменения общей экспозиционной площади, были увеличены товарооборот и прибыль. Вследствие чего, показатели эффективности приблизились к 1 по сравнению с предыдущим периодом. Именно такая потребительская оценка мероприятий мерчендайзинга позволила определить значимость для покупателя отдельных составляющих торговой услуги; степень его удовлетворенности услугой в целом, а также уточнить составляющие, которые необходимо скорректировать для усиления эффекта мероприятий мерчендайзинга.