

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**УЛЬЯНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

**В.Н. ЛАЗАРЕВ А.Ю.
ВЕДЕРНИКОВ**

**Методологические проблемы
управления информационным
взаимодействием**
(на примере региональной системы малого
предпринимательства)

Ульяновск 2000

УДК 65.050.2
ББК 65.012.45
Л17

Научный редактор кандидат экономических наук, доцент
В.В.Кузнецов.

Рецензенты: доктор экономических наук, профессор В.Т. Чая ,
кандидат экономических наук, доцент А.С.Иванов

Лазарев В.Н., Ведерников А.Ю.

Л17 Методологические проблемы управления информационным взаимодействием (на примере региональной системы малого предпринимательства). - Ульяновск: УлГТУ, 2000.- 127 с.

18ВЫ 5-89146-205-2

В монографии рассматриваются актуальные проблемы повышения уровня информационного взаимодействия субъектов рыночной экономики, подходы и методы управления трансформацией общественных знаний в информационный фактор развития. Предложены организационно-экономические механизмы совершенствования информационного обеспечения региональной системы малого предпринимательства.

Предназначена для специалистов, научных работников, интересующихся проблемами управления информационным взаимодействием в различных социально-экономических систем.

Печатается в авторской редакции.

УДК 65.050.2
ББК 65.012.45

18ВН 5-89146-205-2

Оформление. УлГТУ, 2000
В.Н.Лазарев, А.Ю.Ведерников, 2000

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	4
Глава 1. Информационное взаимодействие: закономерности развития и проблемы управления	6
1.1 Методологические аспекты управления информационным взаимодействием	6
1.2 Информационная инфраструктура в системе информационного взаимодействия	25
1.3 Методические подходы формирования механизма идентификации информационных потребностей	44
Глава 2. Региональная система малого предпринимательства: состояние развития и проблемы информационного обеспечения	6
2.1 Тенденции развития региональной системы малого предпринимательства	64
2.2 Особенности государственной системы информационного обеспечения развития малого предпринимательства	79
2.3 Проблемы коммерциализации информационного обеспечения	91
Глава 3. Механизмы информационного обеспечения и управления развитием системы малого предпринимательства	99
3.1 Разработка организационно-экономической модели региональной структуры информационного обеспечения	99
3.2 Формирование ценовой политики региональной структуры информационного обеспечения	11
1	

Заключение

5

12

Введение

Одним из важнейших направлений государственной стратегии вывода Российской Федерации из состояния системного социально-экономического кризиса является повышение качества и эффективности управления развитием экономики. Обобщение «постперестроечного» опыта функционирования отечественных предприятий свидетельствует о наличии комплекса неиспользованных возможностей государственного регулирования и управления в проблеме стабилизации и повышения эффективности развития отечественного сектора экономики.

Наряду с вопросами совершенствования нормативно-правовой базы, создания эффективных механизмов налогообложения, кредитования, субсидирования, важнейшей составляющей системы поддержки отечественных предприятий является формирование современного информационного инфраструктурного комплекса, обеспечивающего реализацию цивилизованного и эффективного информационного взаимодействия субъектов рыночной экономики.

В настоящей книге информационное взаимодействие рассматривается как специфическая форма экономических отношений и как объект управления. Исследование информационного взаимодействия на основе идеи воспроизводственных ресурсных циклов позволило авторам сформировать собственное понимание категории «информационный ресурс», раскрыть определяющее значение информационной инфраструктуры в процессе трансформации общественных знаний в информационный фактор развития, основные направления совершенствования управления информационным взаимодействием.

Учитывая значимость предприятий малого бизнеса в решении современных социально-экономических проблем российской экономики и остроту проблемы информационного обеспечения их деятельности, в книге выявлены состояние, особенности и пути усиления государственной системы информационной поддержки развития малого предпринимательства, а также тенденции в процессах коммерциализации информационного обеспечения. В заключительном разделе книги обоснована необходимость и предложена организационно-экономическая модель региональной информационно-аналитической структуры информационного обеспечения развития системы малого предпринимательства, разработаны рекомендации по формированию ее ценовой политики, алгоритму расчета региональной социально-экономической и коммерческой эффективности повышения уровня информационного обеспечения предприятий малого бизнеса.

Глава I. Информационное обеспечение управления: закономерности развития и критерии организации

1.1 Методологические аспекты информационного обеспечения управления

В настоящее время российская экономика переживает глубокий социально-экономический и структурный кризис, характерными признаками которого являются безработица, спад объема производства, обесценение национальной валюты и т.п. В этих условиях усилия ученых и специалистов направлены на поиск тех факторов или их систем, которые инициировали бы переход от точки кризиса в фазу подъема и оживления экономики. Фундаментом долгосрочного и устойчивого развития экономики Российской Федерации может и должен стать инновационный процесс, объединяющий следующие подсистемы: науку, технику, экономику, предпринимательство. Анализ современного состояния позволяет сделать вывод об обособленном функционировании данных подсистем и о недостаточной степени их задействования для решения проблемы инициирования выхода экономики из кризиса. Поэтому проблема заключается, с одной стороны, в развитии указанных подсистем как таковых и, с другой, в обеспечении развития их взаимодействия.

Одним из стратегических системообразующих направлений оживления инновационного процесса является повышение степени и эффективности информационного взаимодействия в рамках единого инновационного процесса. В широком понимании под информационным взаимодействием следует понимать совокупность научно-производственных, социально-экономических, правовых,

культурно-нравственных и других отношений по поводу производства, распространения и использования информационных ресурсов. Следует отметить, что приводимое в данном определении понятие «информационный ресурс» не является устоявшимся термином в научной литературе. В подтверждение сказанного целесообразно привести следующие слова одного из пионеров-исследователей проблемы использования информационных ресурсов Г.Р. Громова: «...корректная постановка вопроса о количественной оценке этих ресурсов и их связи с другими экономическими категориями еще ожидают разработки и потребуют, видимо, длительных совместных усилий специалистов и ученых самых различных областей знаний»¹.

О недостаточной исследованности сущности информационных ресурсов свидетельствует многочисленность определений данной категории, количество которых, как показал проведенный анализ, исчисляется десятками. Специалисты различных отраслей знаний, тем или иным образом касающихся проблем информатизации общества, создания информационных технологий, информатизации управления, формирования рынка информационных услуг и т.п., дают собственное понимание сущности информационного ресурса. К настоящему времени сформировалось три обозначившихся подхода к определению сущности информационного ресурса: технократический, экономический и общецивилизационный.

Типичным примером реализации технократического подхода раскрытия сущности информационных ресурсов является определение, данное И.С.Мелюхиным: «Под информационными

ресурсами мы понимаем совокупность элементов, задействованных в процессе получения, обработки, хранения и передачи общественно значимой информации»¹. Данное определение логически правильно отражающее процесс развития и движения информационных ресурсов, тем не менее, не раскрывает их роли и назначения в системе общественных отношений. Кроме того, не совсем ясно, что понимается под «совокупностью элементов» и в чем заключается «общественная значимость информации».

Экономический подход к раскрытию сущности информационного ресурса демонстрирует Б.С.Елепов, который пишет: «Информационными ресурсами будем называть результаты интеллектуальной деятельности ученых, специалистов и других работников, потенциально пригодные сразу или после соответствующей обработки для использования в общественном производстве при достижении конкретных целей экономического и социального развития»². В еще большей степени экономический подход реализован в определении, данном в работе³, согласно которому: «Информационные ресурсы - знания, сведения, данные, получаемые и накапливаемые в процессе развития науки и в практической деятельности людей, которые могут быть использованы в общественном производстве и управлении как фактор увеличения объема производства и повышения его эффективности». Безусловно, накопление и использование

¹ Мелюхин И.О. Об управлении информационными ресурсами//НТИ. Сер. 1.-1992. -№ 10-11. С. 56-58.

~ Елепов Б.С., Чистяков В.М. Управление процессами использования информационных ресурсов. Новосибирск: Наука, 1989.-237с.

³ Федоренко Н.П. Математика и кибернетика в экономике. М.: Экономика, 1975. С.700.

информационных ресурсов становится ведущим фактором в системе производительных сил современного общества. Еще в середине прошлого века К.Маркс показал, до какой степени всеобщее общественное знание превратилось в непосредственную производительную силу¹, Признание значимости влияния информационных ресурсов на эффективность производственно-экономической деятельности определило возникновение новых подходов при построении экономико-математических моделей оценки функционирования экономических систем. В частности, известная производственная функция - функция Кобба-Дугласа связывает национальный продукт с капиталовложениями в экономику и затратами на рабочую силу. Одна из модификаций данной модели связана с введением в данную функцию третьего аргумента, а именно затрат на информацию². Экономический смысл модифицированной функции Кобба-Дугласа заключается в возникновении дополнительной степени свободы, то есть достигнуть такого же экономического эффекта можно не только за счет повышения фондовооруженности труда и эффективности использования рабочей силы, но и на основе повышения информационной составляющей в совокупных затратах на производство.

Несмотря на существенную и постоянно увеличивающуюся роль информационных ресурсов в системе производственно-экономических отношений, ограничивать их значимость только

Маркс К., Энгельс Ф. -2-е изд. - Т.46. - С.215.

Науез Я. Могтайоп апе! Просіис11У11у // ІКЕСІНЕ ВиИейоп 1980 у.6 №1/2 p.21-35.

производственной сферой деятельности означает однобокое понимание современных тенденций информатизации общества.

Поэтому, более обоснованным является общецивилизационный подход к пониманию сущности информационных ресурсов, реализуемый Д.Г.Прихотным: «Информационный ресурс есть совокупность научно-технических и научно-гуманитарных знаний, воплотивших производственно-технический и социальный опыт человечества, необходимый для выживания и развития в условиях противоречивого, но взаимосвязанного мира»¹. Ценность данного подхода заключается в попытке глобального осмысления особенностей и назначения информационных ресурсов в развитии человеческой цивилизации. Согласно данному определению важнейшими условиями развития общества являются: обеспечение сбалансированности научно-технических и научно-гуманитарных знаний; накопление и обобщение знаний и опыта; наличие информационного обмена.

Именно по степени реализации данных условий, на наш взгляд, целесообразно судить об уровне информатизации общественных систем на фоне безусловно существующих противоречий между отдельными общественными, социально-экономическими, хозяйственными и другими системами. Наличие противоречий, и это вновь следует из определения, не только не отрицает, но напротив, подчеркивает важность информационного обмена между указанными выше системами. То есть, важным условием обеспечения устойчивого развития человеческой цивилизации является поэтапное формирование единого информационного пространства, что, при

¹ Прихотной Д.Г. Социально-экономическая природа информационного продукта и информационного ресурса. М.: Финансы и статистика, 1989. - 174с.

определенных условиях, тождественно созданию единого информационного общества. Как справедливо отмечает Е.Майминас: «Суть происходящих изменений, если их коротко охарактеризовать, состоит в переходе от «материального» к "информационному" обществу - обществу основанному на производстве распространении и потреблении информации. Это - новая качественная ступень развития человечества. ... материальная составляющая в структуре материальных благ уступает первенство информационной»¹.

Соглашаясь, в целом, с подходом Д.Г. Прихотного, отметим, что существует потенциал развития данного понимания сущности информационных ресурсов. Поэтому, для более глубокого и всестороннего изучения категории "информационный ресурс", а также проблем информационного взаимодействия и управления данным процессом, считаем целесообразным использовать методологию, основанную на идее ресурсного цикла, под которым понимается совокупность технологических превращений и перемещение веществ биосферы на всех этапах производства, преобразования, использования и воспроизводства в общественном процессе развития. Наиболее полно данная методология использована при изучении проблем, связанных с воспроизводством природных ресурсов. Данной проблематике посвящены работы В.С. Немчинова, А.С. Астахова, Ю.В. Яковца, К.Г. Гофмана и др. Анализ литературы показал, что идея ресурсного цикла при проведении исследований, направленных на выявление факторов и

¹ Майминас Е. Информационное общество и парадигма экономической теории // Вопросы экономики. - 1997.-№11.-С. 86-100.

направлений повышения эффективности использования информационных ресурсов, применяется крайне недостаточно. Поэтому, остановимся на ключевых моментах воспроизводственного процесса информационных ресурсов с учетом специфических особенностей их функционального состояния на отдельных этапах ресурсного цикла.

В классическом понимании, в основе идеи ресурсного цикла лежит положение о том, что во всех последовательных процессах труда вещество принимает все более и более полезную форму, пока не достигает такого качества, которое непосредственно может стать потребительским благом. Во всех этих процессах вещество сохраняется, оно исчезает в одной форме потребительского блага для того, чтобы уступить место более высокой его форме, пока не получится такой предмет, который способен выступить товаром на рынке.

В зависимости от особенностей функционального состояния кругооборот информационных ресурсов включает на ряд этапов: производство (накопление); систематизация (обработка); распределение (передача); потребление. Количество выделяемых этапов в кругообороте информационных ресурсов может различаться, что определяется целями проводимых исследований. В частности, этап систематизации (обработки) информационных ресурсов может рассматриваться как самостоятельный или как подэтап первого этапа кругооборота информационных ресурсов. Кроме того, следует иметь в виду, что существует проблема обеспечения сохранности информационных ресурсов. Это предполагает необходимость выделения дополнительного подэтапа в кругообороте информационных ресурсов. Однако проблемы

связанные с хранением информационных ресурсов выходят за рамки задач данного исследования и поэтому в общей схеме кругооборота информационных ресурсов данный подэтап не выделяется.

На первом этапе человек, в процессе творческой деятельности, основанной преимущественно на изучении исторического опыта и конкретного объекта, создает новые знания. На основе обобщения, систематизации, накопления индивидуально полученных новых знаний осуществляется их интеграция в систему общественных знаний. Строго говоря, накопленные знания не являются информационными ресурсами, так как отделения знаний от сферы своего происхождения на данном этапе воспроизводственного цикла не происходит. Трансформация общественных знаний в информационные ресурсы осуществляется в результате последующей многостадийной подготовки, направленной на повышение степени их готовности к конечному потреблению. Поэтому систему общественных знаний целесообразно характеризовать как систему потенциальных информационных ресурсов. С точки зрения потребителей, потенциальные информационные ресурсы обладают высокой степенью неопределенности, связанной с вероятностным характером полезности их использования для достижения тех или иных социально-экономических целей. В частности, это касается результатов фундаментальных исследований, которые, как правило, не являются сиюминутно востребованными общественной практикой. В данном случае в потенциальных информационных ресурсах происходит накопление общественного труда, результативность которого может быть оценена обществом лишь в перспективе.

По завершению первого этапа производственного цикла потенциальные информационные ресурсы должны обладать, по возможности, такой качественной и количественной определенностью, на основании которой общество могло бы принимать обоснованные решения об их использовании. Данная цель реализуется на этапе систематизации (обработки) информационных ресурсов посредством развития фирм и предприятий информационного инфраструктурного комплекса, а также информационно-аналитических подразделений, функционирующих в составе отдельных предприятий и организаций. Особенность производственных процессов в данных структурах заключается в том, что «предметом труда в этом своеобразном процессе переработки служат неупорядоченные данные, знания, сведения, а средством труда - система научных и прочих знаний»¹. То есть условиями осуществления данного производственного процесса являются наличие высококвалифицированных специалистов интеллектуальной направленности (аналитики, эксперты, программисты и т.д.) и специфических инструментов и методик обработки данных.

Результатом деятельности предприятий информационного инфраструктурного комплекса и соответствующих подразделений в составе предприятий (организаций) являются обладающие более высокой потребительной полезностью потенциальные информационные ресурсы, накопление которых формирует определенный «запас» данной разновидности производственных ресурсов.

¹ Прихотной Д.Г. Социально-экономическая природа информационного продукта и информационного ресурса. М.: Финансы и статистика, 1989. - 174с.

К числу особенностей потенциальных информационных ресурсов относятся следующие: практическое отсутствие ограничений в количестве пользователей; наличие способности морально устаревать; разнообразие способов распространения и доведения до потребителя; сложность в определении социально-экономической эффективности их производства и потребления.

Данные особенности чрезвычайно важно иметь в виду при разработке и совершенствовании организационно-экономического механизма информационного обеспечения субъектов рыночной экономики. В частности, это относится к проблемам формирования информационной инфраструктуры регионов, определению принципов ценообразования на информационные продукты и услуги, разработке комплекса стимулирующих мер развития тех или иных секторов экономики и т.д.

Переход из «запаса» в реальный информационный ресурс, или, выражаясь терминологией А.И. Анчишкина¹, в «поток» и есть проблема вовлечения потенциальных информационных ресурсов в экономический оборот, проблема их освоения.

В настоящее время, и не только по причине тяжелого экономического положения большинства российских предприятий, прослеживается явная недооценка значимости информационных ресурсов как ключевого фактора обеспечения эффективного, устойчивого их развития. В этой связи целесообразно отметить роль информационных ресурсов в решении современных проблем российских предприятий.

В наиболее общем виде значение информационных ресурсов в развитии производственных систем представлены в работе Д.Г. Прихотного¹. Автор подчеркивает значение информационных ресурсов по следующим направлениям:

- непосредственное воздействие на режим вовлечения всех видов ресурсов в народнохозяйственный оборот, на выявление и преодоление экономических ограничений в воспроизводственном процессе;

- непосредственное воздействие на субъективный фактор производства - на человека, его интеллектуальный уровень и «потенциал свободного поведения», расширение возможности выбора и тем самым, воздействие на социальную эффективность, рост индивидуальной и коллективной инициативы;

- воздействие на ускорение воспроизводства, сокращение времени производства и времени обращения.

На наш взгляд, в целом границы воздействия информационных ресурсов на развитие производственно-экономических систем обозначены автором правильно. Однако, широта подхода в данном случае привела к недостаточной глубине проработки содержания отдельно взятых элементов воздействия. В частности, неясно показаны, с одной стороны, различия между режимом вовлечения ресурсов и сокращением временных параметров производства, а, с другой стороны, автор не раскрывает природу воздействия информационных ресурсов на данные изменения. Требуется развитие также понятие «потенциал свободного поведения» человека в

¹ Прихотной Д.Г. Социально-экономическая природа информационного продукта и информационного ресурса.-М.: Финансы и статистика, 1989. - 174с.

контексте предъявляемых современных требований к хозяйствующим субъектам.

Исследуя воздействие информационных ресурсов на повышение эффективности производства и экономический рост, автор справедливо отмечает возможность решения данных задач без физического увеличения традиционных ресурсов. Однако, при этом не конкретизируется собственно информационный ресурс, позволяющий достичь указанных результатов. На наш взгляд, речь идет прежде всего об информационном ресурсе, имеющем в своей основе знания о новых технологиях, определяющих способы освоения, переработки, использования основных факторов производства. В русле данных рассуждений находятся такие понятия, как эффективное ресурсопользование, безотходное производство, замена одних ресурсов другими, более доступными и прогрессивными, уменьшение периода производственного цикла и т.д. То есть информационный ресурс позволяет осуществлять интенсивный тип развития производственного процесса, обеспечивая тем самым повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции по таким параметрам, как себестоимость и качество.

На данном этапе развития хозяйственных отношений постоянно повышается роль информационных ресурсов, адекватно отображающих происходящие процессы в социально-экономических и иных системах. Поэтому информационные ресурсы обеспечивают обоснованность принятия тех или иных управленческих решений, направленных на повышение устойчивости развития хозяйственной системы. Речь идет о том, что информационные ресурсы способствуют определению более эффективных и значимых направлений использования традиционных факторов производства в

соответствии с потребностями общественных систем и тенденциям их развития. Информационные ресурсы способствуют также решению проблем интеллектуального и квалификационного уровня трудовых ресурсов, развитию специфического, субъективного фактора производственной деятельности - предпринимательства. Еще в начале нашего столетия один из основоположников теории предпринимательства И. Шумпетер, заметил, что предпринимательство является особым экономическим фактором в добавлении к трем общепризнанным - капиталу, труду и земле, который объединяет ресурсы в новые, уникальные, новаторские комбинации. В развитие данной теории Ж.Б. Сэй¹ отмечал, что при развитии предпринимательства дефицит информации может компенсироваться достаточным владением специальных знаний, интуиции и других качеств субъектов предпринимательства. Данное утверждение может быть справедливо для условий стабильного состояния внешней среды. В современных условиях в результате научно-технического прогресса, резко увеличиваются темпы развития производственных и социально-экономических систем, что в свою очередь порождает динамичность состояния рынка. Поэтому важнейшим условием выживания и устойчивого развития предпринимательства является глубокая аналитическая работа, позволяющая оценивать изменения внешней среды.

Таким образом, реализация идеи ресурсного цикла позволила выделить следующие этапы трансформации информационных ресурсов: знания, сведения, данные; потенциальные информационные ресурсы; реальные информационные ресурсы.

¹Сэй ИВ. СалесЫзт оГРоНиса! Есопоту. М.У.: А.М. КеИеу, 1967.

Данный подход позволяет уточнить понятийный аппарат, выявить тождественность отдельных категорий, характеризующих отдельные грани развития информационных процессов. В частности, в многочисленных работах, посвященных данной проблематике, широко используются такие понятия как информация, информационный продукт (услуга), информационный фактор производства.

Указанный понятийный аппарат охватывает различные аспекты товарно-денежных, производственных и других отношений в рамках такого многогранного явления, каким является информатизация общества. Однако, точки зрения различных авторов на содержание данных категорий, и их места в системе экономических отношений требует уточнения.

Исходной позицией рассмотрения данной проблемы традиционно является определение первоначального смысла понятия «информация», которое базируется на латинском слове «тгогтатдо», что в дословном переводе означает изложение, разъяснение какого-либо факта, события, явления. Поэтому следует согласиться с автором¹, который трактует информацию, как сведения, знания о той или иной стороне материального мира и происходящих в нем процессах. Данное определение информации, достаточно четко дает представление об информации вообще и коррелирует с нашим пониманием информации, раскрытым на основе анализа ресурсного цикла. Напротив, трудно согласится с мнением В.Л. Тамбовцева, который понимает под информацией те продукты или услуги,

Афанасьев Э.В., Ярошенко В.Н. Эффективность информационного обеспечения управления. —М.: Экономика, 1987. - 111 с.

которые предназначены их производителем для передачи знаний в максимально доступной для потенциального потребителя форме¹.

На наш взгляд, данное определение вносит некоторую терминологическую путаницу в раскрытие содержания понятий информация и информационный продукт. С методологической точки зрения под информационными продуктами (услугами) следует понимать информацию, предназначенную их производителем для передачи знаний в максимально доступной для потенциального потребителя форме.

Тот же недостаток можно увидеть в определении понятия информации, данном Е. Майминас: «Строго говоря, информация - это не любые сообщения, сведения, данные, а лишь те, которые уменьшают у получателя неопределенность знания об интересующем его объекте» и в работе , в которой утверждается следующее: «...с точки зрения принятия решений можно утверждать, что информацией являются используемые данные». Строго говоря, не информация, а именно востребованные и использованные информационные продукты (услуги) «...уменьшают у получателя неопределенность знания об интересующем его объекте» и обеспечивают «принятие решений». При этом следует иметь в виду, что одни и те же информационные продукты могут быть полезными для одних субъектов и не являться таковыми для других.

¹ Тамбовцев В.П. Пятый рынок: Экономические проблемы производства информации . -М.: Изд-во Моск.ун-та,1993.-128с.

² Майминас Е. Информационное общество и парадигма экономической теории // Вопросы экономики. - 1997, №11.-С. 86-100.

³ Афанасьев Э.В., Ярошенко В.Н. Эффективность информационного обеспечения управления. -М.: Экономика, 1987. - 111с.

В первом случае информационные продукты (услуги) трансформируются в реальный информационный фактор развития социальных и хозяйственных систем.

Исходя из данных рассуждений и основываясь на идее ресурсного цикла, выявлено, на наш взгляд, общее понимание категории «информация»; установлена тождественность понятий «потенциальный информационный ресурс» и «информационный продукт(услуга)», а также понятий «реальный информационный ресурс» и «информационный фактор развития» как обладающих идентичными свойствами и значением в системе общественного производства.

Вышеизложенное позволяет предложить схему воспроизводственного цикла информационных ресурсов (рис. 1.1.1) и дать определение, раскрывающее их сущность.

Итак, информационные ресурсы - это совокупность накопленных и научно систематизированных знаний (информация), обладающих определенной потребительной полезностью (информационные продукты) и востребованных различными производственными, социально-экономическими системами в целях обеспечения эффективности их функционирования (информационный фактор развития). Данное определение позволяет более полно раскрыть содержание, роль, этапы трансформации информационных ресурсов.

Использование методологии ресурсных циклов позволяет идентифицировать и четко структурировать цели и объекты управленческих воздействий на процессы информационного взаимодействия, определить критерии, показатели и основные

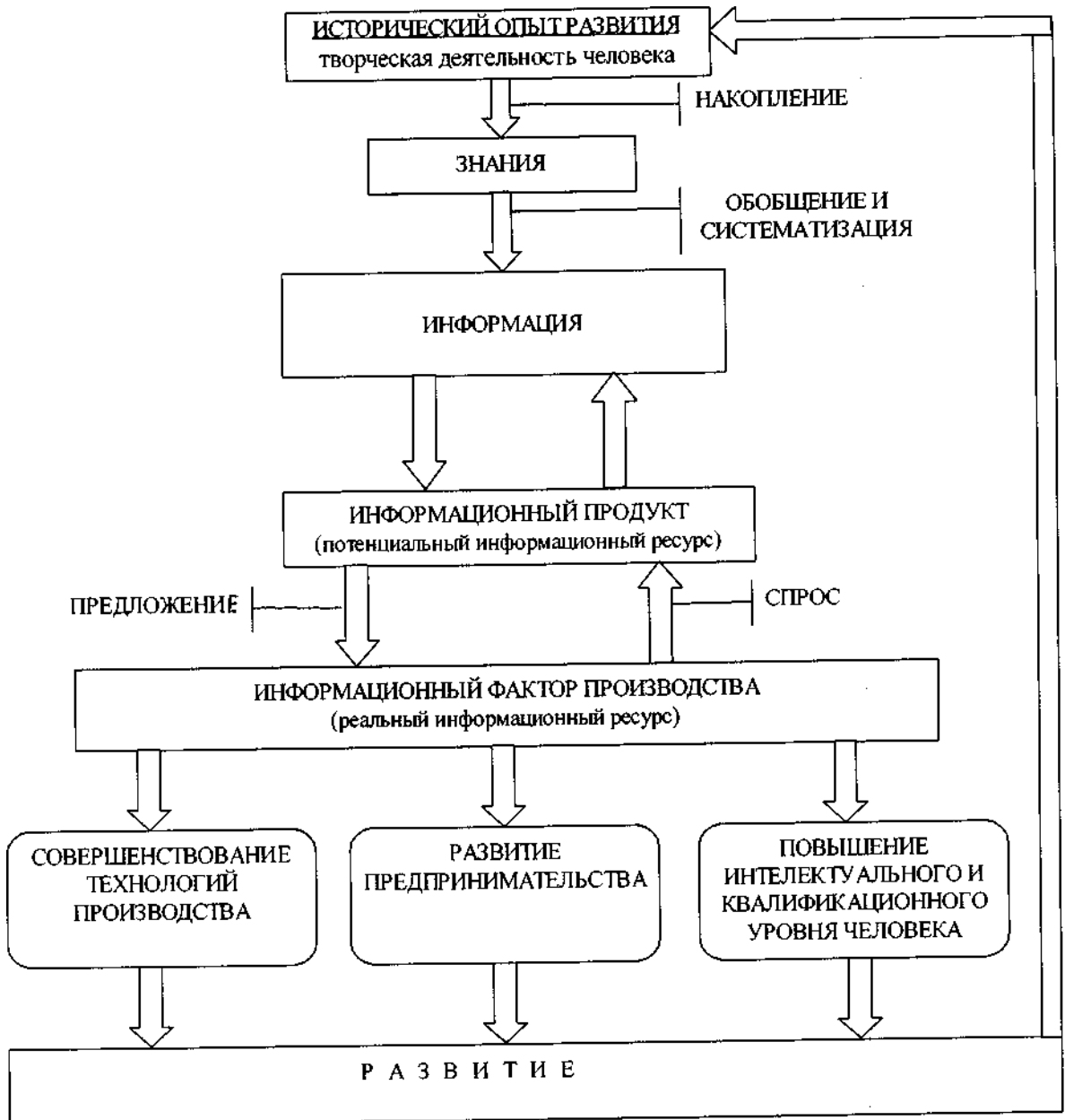


Рис. 1.1.1 Воспроизводственный цикл информационных ресурсов

направления повышения эффективности управления информационным взаимодействием на различных этапах производственного цикла информационных ресурсов. На микроуровне управление информационным взаимодействием направлено на решение следующих задач:

- определение стратегических, тактических и оперативных целей организации;

- осуществление контроля за текущим состоянием организации, ее подразделений и процессов в них;
- обоснование принятия управленческих решений; координация действий подразделений в достижении целей.¹

На макроуровне общей целью управления воспроизводственным процессом информационных ресурсов выступает интенсификация собственно процессов производства знаний, информации, информационных продуктов, а критерием эффективности - минимизация сроков трансформации общественных знаний в информационный фактор развития. Объектами управленческих воздействий в данном случае являются непосредственно этапы воспроизводственного цикла информационных ресурсов, а также процессы информационного взаимодействия. Управление развитием собственно научно-технической сферы как основного источника получения общественных знаний, информационной инфраструктуры как основного производителя информации и информационных продуктов, экономических субъектов как потребителей информационных продуктов представляется важной и сложной проблемой. Не менее, а быть может более важной проблемой управления в современных условиях является обеспечение информационного взаимодействия указанных подсистем. На наш взгляд, управление информационным взаимодействием выражается, прежде всего, в организации и стимулировании функционирования информационных потоков определенной направленности, структуры и содержания.

В научной литературе, посвященной проблеме информационного взаимодействия, такое важное понятие, как «информационный поток», является наименее изученным, несмотря на то, что в ряде работ предпринимаются попытки обозначения роли

информационных потоков в формировании межхозяйственных, социальных и других связей. Так в своей работе¹ Ю. Яковец упоминает об информационных потоках, в аспектах взаимосвязи информации и развития живой материи: «...прогресс живой материи находит выражение в умножении и усложнении информационных потоков, их упорядочении и закреплении в наследственном инварианте (генотипе), его обогащении на основе отбора, позволяющего организмам (системам) приспосабливаться к постоянно и неравномерно происходящим изменениям во внешней среде». Наиболее важным в данном положении является то, что информационный поток трактуется как условие информационного обогащения живой материи, ее выживания в условиях изменения внешней среды и эволюционного развития. Не менее значимым является факт, что с развитием системы происходят адекватные изменения структуры, качественного содержания и направленности информационных потоков.

Информационный поток представляется как движение совокупности информационных ресурсов, предназначение которых выражается в удовлетворении определенных информационных потребностей субъектов социально-экономических систем посредством определенной системы каналов и технологий их распространения.

Смена парадигмы экономического развития Российской Федерации привела к разрушению целенаправленной системы

потоков и к необходимости формирования новой, адекватной рыночной экономике. Из этого следует, что ключевыми проблемами управления и государственного регулирования информационным взаимодействием являются: выявление закономерностей формирования, идентификация содержания и направленности информационных потоков; разработка системы организационно-экономических и правовых механизмов информационного обеспечения развития субъектов рыночной экономики.

1.2 Информационная инфраструктура в системе информационного взаимодействия

Структурный анализ экономики и признание ведущей роли информационных ресурсов в проблемах устойчивого развития социально-экономических процессов, свидетельствуют о том, что на данном этапе развития экономика представляет собой не только совокупность независимых субъектов, деятельность которых связывается и регулируется рынком и другими механизмами, но и как информационную сеть, которая имеет специфические тенденции своего развития. Связующими элементами информационной сети являются объекты информационной инфраструктуры, обеспечивающие общие условия информационного взаимодействия общества.

Поскольку информационная инфраструктура является более конкретной категорией по сравнению с инфраструктурой вообще, то ее сущность, а соответственно, и тенденции развития, невозможно в

полной мере понять без рассмотрения сущности категории инфраструктуры.

В работе Б.Н. Хомелянского¹ отмечается, что инфраструктура может быть определена как сфера производственных отношений, в которой труд работников, в форме материальных и нематериальных услуг, создает общие условия функционирования материального производства, оказывает влияние на формирование дееспособности работника, способствует совершенствованию производственных отношений. Автором справедливо отмечено, что инфраструктура выступает не просто как элемент производительных сил, имеющий свою специфику, а как определенная система производственных отношений в неразрывной связи с производственными силами, представляющая собой единство материально-вещественного содержания и социально-экономической формы.

Не менее интересным представляется мнение Н.А. Нестерова², который обращает внимание на интеграционную роль инфраструктурного комплекса в системе производственных отношений: «Инфраструктурные операции восстанавливают единство и непрерывность дискретных производственных операций путем обеспечения материальных условий для каждого последующего этапа, поставляя средства и предметы труда, энергию и информацию в нужные места, в нужное время и в нужном количестве». Далее автор справедливо замечает, что важность данной роли инфраструктурного комплекса усиливается в условиях прогрессирующих масштабов общественного разделения труда,

¹ Хомелянский Б.Н. Экономический эффект социального планирования. Социально экономическая инфраструктура в воспроизводственном процессе. -М., 1980. ² Нестеров Н.А. Производственная инфраструктура и эффективность управления. -М.: Знание, 1986.- 64с.

экономической обособленности и самостоятельности хозяйственных систем.

На данную особенность инфраструктуры в свое время обращал внимание К. Маркс. Как известно, в своих трудах он не рассматривал специально проблему инфраструктуры, однако, характеризуя основной капитал в отраслях, которые в настоящее время принято относить к инфраструктурным, отмечал следующие ее признаки: одновременное обслуживание нескольких капиталов в качестве общего для них условия производства и обращения; участие как в производительном, так и непроизводительном потреблении; использование не в особом процессе производства, а в роли соединительной артерии для множества процессов производства особых капиталов¹.

Выделение инфраструктуры в особую самостоятельную подсистему экономики является определяющей тенденцией развития этой сферы. На базе углубления общественного разделения труда происходит отделение от основного производства инфраструктурных функций, выполнение которых все в большей степени возлагается на специализированные службы, что представляет собой прогрессивное явление, перспективный путь формирования инфраструктур. Одновременно усложнение процессов функционирования информационных структур свидетельствует о выполнении ими разнообразных функций, до недавнего времени считавшихся присущими производственным единицам. Таким образом, при формировании организационной структуры инфраструктурного комплекса необходимо учитывать эффект взаимопроникновения:

¹ Маркс К., Энгельс Ф. -2-е изд. - Т.46. - С.215.

элементы инфраструктуры проникают в недра производства и, напротив, отдельные производственные функции представлены в инфраструктурном комплексе. Тем не менее, на наш взгляд, необходимо инициировать процессы выделения соответствующих функций у производственных субъектов и перенос их в инфраструктурный комплекс.

Для понимания роли информационной инфраструктуры в современной экономике и выявления тенденций ее развития целесообразно провести ретроспективный анализ развития инфраструктуры в контексте общеэкономических тенденций развития общества.

О ключевой роли предприятий рыночной инфраструктуры в экономике, функционирующей в условиях рынка, свидетельствуют, в частности, данные о доли капиталовложений в инфраструктуру развитых стран, которые достигают 65-75% от общего объема инвестиций. На предприятиях и в организациях инфраструктурного комплекса США используются почти две трети общей численности занятых. И это не случайно, так как вложения в инфраструктуру не только создают дополнительные рабочие места и способствуют росту экономической активности населения, но и позволяют значительно сократить фондо- и трудоемкость производства продукции предприятий индустриальных и аграрных отраслей, увеличить доходы и налоговые поступления государству.

Формирование рыночных отношений сопровождается колоссальными затратами в инфраструктуру. К примеру, только за 1989-1991 гг. правительством объединенной Германии было

израсходовано 275 млрд. марок на формирование необходимых элементов инфраструктуры в «восточных землях». Всего же по расчетам в ближайшие 10-30 лет потребуется вложить в экономику указанных территорий около 3 трлн. марок, при этом большая часть затрат будет связана с созданием и модернизацией инфраструктуры¹.

Затраты в инфраструктуру экономики развитых стран в настоящее время сопоставимы с затратами на такие ключевые отрасли промышленности, как машиностроение, транспорт и т.д.

Отмеченные выше значимость и особенности инфраструктуры в системе общественного разделения труда присущи и специфическому сектору экономики, каким является информационная инфраструктура. В то же время имеются принципиальные отличия информационной инфраструктуры от других ее видов: производственной, социально-бытовой и институциональной. Это связано с характером производства, передачи и потребления информационных ресурсов, особенностями применяемых информационных технологий, высокой степенью субъективизма в оценке информационных продуктов, отсутствием надежных методологических основ определения экономической эффективности результатов использования информационных продуктов и деятельности элементов информационной инфраструктуры в целом. Учет перечисленных и других особенностей функционирования информационной инфраструктуры не должен, на наш взгляд, подменять проблему выявления общих закономерностей их развития.

¹ Вигдорчик Е.А., Кашин В.К. и др. Роль инфраструктуры в реализации промышленной политики // ЭКО. - 1996, №12. - С.2-9.

Как отмечалось в п. 1.1, наличие объективной потребности в информационном взаимодействии хозяйствующих субъектов, выражающейся в формировании информационных потоков определенной направленности, является условием формирования системы информационной инфраструктуры. То есть создание и функционирование элементов информационной инфраструктуры направлено на обеспечение «реальности» информационных потоков между владельцами и потребителями информации. Это означает, что количество элементов информационной инфраструктуры, их условное месторасположение в системе народнохозяйственных связей, техническая их оснащенность, масштаб и интенсивность функционирования определяются аналогичными параметрами информационных потоков.

Поэтому, через анализ трансформации информационных потоков можно выявить определенные закономерности развития информационной инфраструктуры и, что особенно важно, выявить перспективные направления управления ее развитием.

В аспекте управления социально-экономическими системами информационные потоки подразделяются на «вертикальные» и «горизонтальные». Вертикальные информационные потоки -отражают информационное взаимодействие между субъектами различных уровней системы управления, горизонтальные -информационное взаимодействие между субъектами одного уровня системы управления или между независимыми друг от друга субъектами.

В нормативно-правовых аспектах информационные потоки классифицируются на «регламентированные» и «нерегламентированные». Регламентированные информационные

потоки представляют собой движение информации, осуществляемое под воздействием определенных законов, указов и нормативов, нерегламентированные - движение информации между субъектами экономики.

В условиях плановой экономики бывшего СССР информационные потоки были адекватным отражением сложившейся командно-административной системы управления. В обобщенном виде данное управление представляло собой централизованную систему распределения производственных задач, а соответственно, и централизованное обеспечение предприятий производственными и информационными ресурсами. В подавляющем большинстве информационное обеспечение данной системы осуществлялось с помощью вертикальных и достаточно жестко регламентированных информационных потоков (рис. 1.2.1).



Рис.1.2.1 Принципиальная схема информационных потоков в условиях плановой экономики

Как видно из данного рисунка, информация последовательно и во все увеличивающемся объеме перемещалась от низшего к высшему уровню управления. Вертикальность вектора движения информации была обусловлена необходимостью централизованной разработки государственного плана социально-экономического развития страны, после подготовки которого информационные потоки в форме директивных параметров приобретали обратную направленность: от высшего уровня управления к низшим. Не останавливаясь подробно на таких известных недостатках данной организации информационных потоков, как возможность искажения информации, субъективизм в ее оценки и т.д., остановимся на ключевой, на наш взгляд, особенности информационного взаимодействия субъектов хозяйствования в условиях плановой экономики. Обмен информацией в рамках производственной системы осуществлялся преимущественно между предприятиями организационно и технологически взаимосвязанными между собой. Более того, направленность информационных потоков, как правило, совпадала с направленностью финансовых и материально-технических потоков. Это являлось подтверждением высокой степени регламентированности хозяйственных связей и ограничением экономической свободы выбора предпринимательской деятельности.

Таким образом, сложившаяся информационная инфраструктура была отражением механизма функционирования экономики в целом и способствовала централизованному ее управлению. Деятельность элементов информационной инфраструктуры была преимущественно основана на формировании и распределении вертикально направленных информационных потоков. Существовавшая информационная инфраструктура представляла собой

иерархическую систему объектов с четко отлаженным механизмом производства и распределения информации, которая, в принципе, достаточно эффективно обеспечивала потребности планово-административной экономики. Субъектами информационной инфраструктуры, типичными для плановой экономики являлись: статистические управления, информационно-вычислительные и аналитические центры ведомственной принадлежности, центры научно-технической информации и др. В то же время, не смотря на то, что определяющим признаком деятельности указанных элементов инфраструктуры являлась четкая регламентация информационных потоков, предпринимались попытки расширить диапазон принципов распределения информации. В частности, начиная с 60-х годов в СССР были предприняты немалые усилия по созданию интегрированных информационных сетей, например Всесоюзной государственной сети автоматизированных центров научно-технической информации (ГАСИНТИ). Примерно в те же годы были созданы национальная Автоматизированная информационная система по общественным наукам (АИСОН) и проект информационной сети, объединяющей академические институты -Академсеть.

Данная тенденция была характерна преимущественно для научно-технической сферы, а сектор материального производства не имел объективных предпосылок информационной горизонтальной интеграции.

В силу специфики плановой экономики и, прежде всего, отсутствия конкуренции, у предприятий не было потребности в изучении внешней среды, поэтому не имели большого удельного веса горизонтальные, нерегламентированные информационные

потоки. Примерами традиционных форм взаимодействия по горизонтали являлись: обмен опытом между предприятиями, заключение «хоздоговоров» между предприятиями и научно-исследовательскими институтами и т.д. Ограниченность информационного взаимодействия субъектов плановой экономики, также обосновывалась прогнозируемостью экономической ситуации в целом.

Особенностью современной ситуации в проблеме информационного обеспечения субъектов хозяйствования является «провозглашение» экономической свободы предприятий и одновременно разрушение существовавшей схемы информационного обеспечения, отсутствие адекватной рыночной экономике системы информационного взаимодействия. Поэтому одной из причин сложного социально-экономического положения большинства российских предприятий является информационный кризис, выражающийся в отсутствии адекватной информации о социально-экономических процессах, что усилило интенсивность разрыва внутриотраслевых, межотраслевых, межрегиональных и других связей.

Следовательно, одно из важнейших направлений решения проблемы вывода российской экономики из состояния кризиса связано с организацией информационных потоков, адекватных условиям рыночной экономики, с учетом сложности прогнозирования ее развития.

Провозглашенная самостоятельность предприятий и организаций означает перенос подавляющей массы управленческих решений на уровень основного звена, характер которых, в условиях рыночной экономики, предполагает наличие соответствующей

информационной базы. Разрушение прежней схемы информационного взаимодействия, неподготовленность персонала предприятий к рыночным формам информационного взаимодействия, привели к тому, что подавляющее большинство российских предприятий оказалось в условиях информационного вакуума. С точки зрения направленности информационных потоков их вертикальность была разрушена, а горизонтальность не сформирована. Данное состояние предприятий послужило импульсом к гипертрофированному развитию посреднического сектора экономики, основу которого составляло владение рыночной информацией.

Сложившаяся в этот период направленность информационных потоков схематично представлена на рис. 1.2.2.

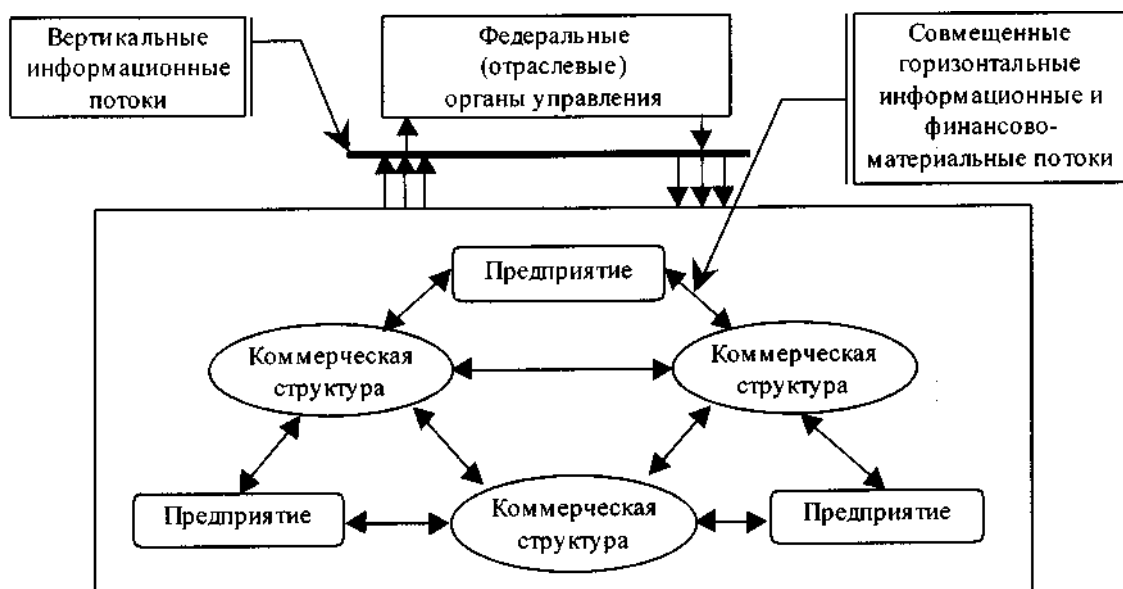


Рис. 1.2.2 Принципиальная схема информационных потоков переходной экономики

Как видно из рисунка 1.2.2, в период с начала 90-х годов и по настоящее время роль тех или иных организаций и учреждений

информационной инфраструктуры была подменена широко развитой системой посредников. Именно в этих условиях возникли товарные, а затем фондовые биржи, многообразные дилерские и прочие посреднические фирмы, которые и организовывали товарно-материальные потоки. Отсутствие государственного регулирования цен, неэквивалентность (в том числе и по причине отсутствия информации) обмена, обеспечивали неоправданно завышенный уровень рентабельности посреднической деятельности с вытекающим из этого нерациональным перераспределением финансовых ресурсов в экономике. Данные механизмы информационного взаимодействия не могут быть признаны цивилизованными и эффективными с точки зрения развития материального производства. По нашему мнению, для сужения сферы посреднической деятельности необходимы меры организационно-экономического характера, направленные на формирование цивилизованной информационной инфраструктуры, способной составить достойную конкуренцию традиционным формам посредничества. Причем, на первом плане должен стоять вопрос о разграничении информационных и материально-снабженческих потоков.

Информационная инфраструктура должна взять на себя ключевую роль в процессах интеграции субъектов экономики, налаживания цивилизованных народнохозяйственных связей. Организация горизонтальных информационных потоков в экономике способствует уменьшению ценовых и структурных диспропорций на товарных рынках и рынках факторов производства. Это, несомненно, приведет к повышению эффективности работы предприятий в целом и систем материально-технического снабжения, в частности.

Таким образом, главной целью деятельности информационной инфраструктуры должна быть организация информационных потоков, обеспечивающих информационное взаимодействие между субъектами рынка.

В рамках проводимых исследований приоритетными направлениями развития информационного обмена, по нашему мнению, являются следующие: во-первых, организация вертикальных информационных потоков между административной и научно-производственной сферами, обеспечивающих государственное регулирование устойчивого развития экономики в целом; во-вторых, организация горизонтальных информационных потоков между научной и производственной сферами, обеспечивающих научное обоснование развития хозяйственных систем и повышение общего технологического уровня производства. Не менее важным является развитие горизонтальных информационных потоков, связывающих предприятия с субъектами рынка и рыночной инфраструктуры, обеспечивающих расширение предпринимательских возможностей отечественных производителей. Естественно, данный перечень можно продолжать детализируя все многообразие широкого спектра народнохозяйственных связей.

Таким образом, тенденции развития информационной инфраструктуры напрямую зависят от требуемой (в сложившихся условиях) структуры и направленности информационных потоков.

В условиях возрастающих объемов информационного обмена к информационной инфраструктуре необходимо предъявлять следующие требования. Во-первых, пропускная способность информационных потоков должна быть адекватна интенсивности информационного обмена. Во-вторых, во избежание

информационного хаоса и в целях повышения эффективности использования информационных ресурсов, информационные потоки должны быть упорядочены и проблемно ориентированы.

По нашему мнению, одним из вариантов организации информационных потоков, адекватных рыночной экономике, может быть предложенный на рис. 1.2.3.

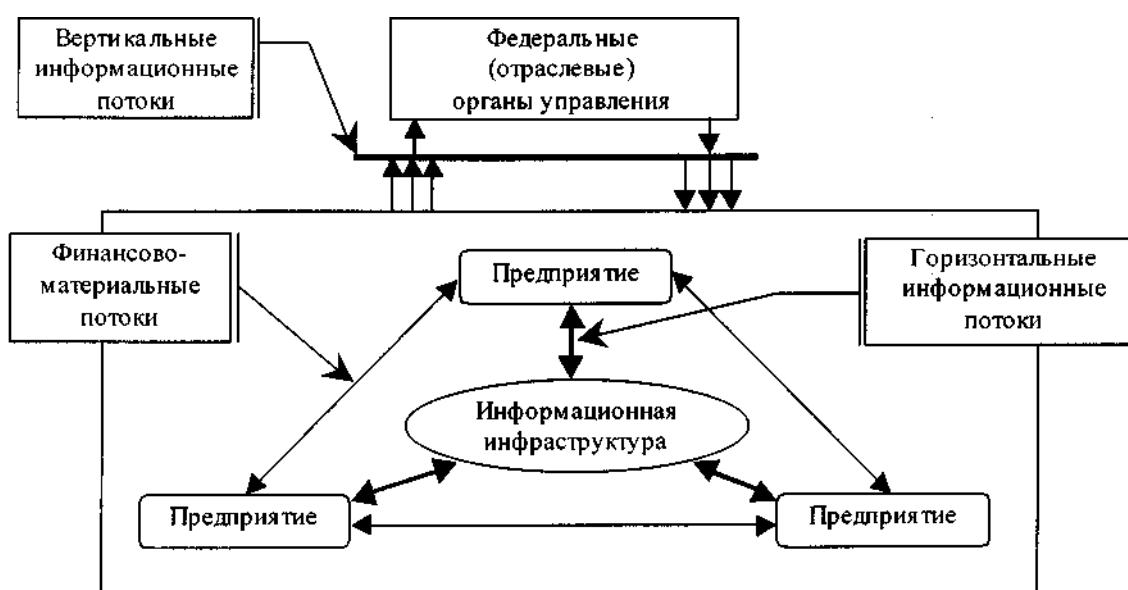


Рис. 1.2.3 Принципиальная схема организации информационных потоков в рыночной экономике

Возможность организации информационного взаимодействия по указанной схеме обеспечивают, прежде всего, высокие темпы развития информационных технологий, которые позволяют решать масштабные и трудоемкие проблемы в области производства и передачи информационных продуктов.

В целях более глубокого понимания влияния информационных технологий на тенденции развития информационной инфраструктуры необходимо провести обобщенный анализ развития информационных технологий, под которыми понимают «системно

организованную для решения задач управления совокупность методов и средств реализации операций сбора, регистрации, передачи, накопления, поиска, обработки и защиты информации на базе применения развитого программного обеспечения, используемых средств вычислительной техники и связи, а также способов, с помощью которого информация предлагается клиентам»¹. Анализ информационных технологий позволяет выделить несколько этапов их развития.

Первый этап (конец 50х - начало 60х гг.) знаменуется появлением первых ЭВМ, способных проводить частичную электронную обработку данных, что позволило решать отдельные трудоемкие задачи, не содержащие оптимизационных проблем. Второй этап (60-е начало - 70-х гг.) характеризуется некоторым расширением сферы применения ЭВМ. На этом этапе закладывались предпосылки использования ЭВМ не только в виде универсальной счетной машины, но и как механизма, способного накапливать и обрабатывать информацию. Третий этап (70-е гг.) связан с появлением централизованной автоматизированной системой обработки информации (вычислительные центры коллективного пользования), что означало создание предпосылок для обособления данной сферы деятельности.

Именно в это время многими специалистами и, в частности, С.П. Куценко², обосновывалась необходимость выделения сферы

¹ Автоматизированные информационные технологии в экономике: Учебник / Под ред. проф. Г.А. Титоренко. - М.: Компьютер, ЮНИТИ, 1998. - 400 с.

² Куценко С.П. Проблемы экономики, организации и планирования индустрии информации. - Киев, 1973. - 175 с.

информационно - вычислительного обслуживания в отдельную отрасль народного хозяйства. Анализируя содержание понятия отрасли, автор приводит основные признаки отрасли: совокупность однородных предприятий; односторонность производимой продукции и услуг; удовлетворение однородных потребностей; место предприятий в системе народного хозяйства - и доказывает, что все эти признаки характерны для машинной индустрии переработки информации как отрасли народного хозяйства. Данное положение нашло отражение в работе Л.М.Миняйло¹, который показывает, что информационно-вычислительное обслуживание в результате разделения труда обособляется в инфраструктурную отрасль обслуживания материального производства. В данный период времени фактически ни у кого не вызвал сомнения тезис о том, что информационно-вычислительное обслуживание является неким компонентом производственной инфраструктуры, обеспечивающее предприятия информационно-вычислительными услугами. В развитие изучения данных проблем усилия отечественных ученых, таких как Ю.М.Каныгин, В.Твердохлеб и других², были направлены на обоснование экономической эффективности информационно-вычислительных центров

¹ Миняйло А.М. Экономико-организационные проблемы использования и развития информационно-вычислительного потенциала региона. - Красноярск Изд.-во Красноярского университета, 1984. -163 с.

² Каныгин Ю.М. , Твердохлеб В. Индустрия информатики. - Киев: Техника, 1987. -151 с.

Каныгин Ю.М. Информатизация управления: социальные аспекты/ Институт социологии. - Киев: Наука Думка, 1991.- 154с.

Каныгин Ю.М. Экономика и организация машинной информатики. - Киев: Наука Думка, 1984. - 159 с.

коллективного пользования. Соответственно, предлагались оценочные параметры деятельности вычислительных центров: уровень квалификации персонала; пропускная способность выполнения информационно-вычислительных задач; количество обслуживаемых предприятий, организаций и т.д. Данные подходы были вызваны высокой стоимостью вычислительной техники, слабыми ее техническими параметрами, что приводило к высоким затратам, как на формирование информационно-вычислительных центров, так и на их обслуживание.

Следующий этап (1980-е гг.) характеризуется появлением персональных компьютеров и локальных информационно-вычислительных сетей, которые определили тенденции к децентрализации обработки данных, решению задач в многопользовательском режиме, переходу к «бесбумажным технологиям». Однако, данные сети функционировали, как правило, в пределах определенной социально-экономической системы (предприятие, отрасль, наука).

На пороге 90-х годов началось прогрессивное развитие информационных технологий, связанное с резким увеличением производительности персональных компьютеров, а также снижением их стоимости. Наряду с этим появились четкие тенденции развития коммуникационных технологий, обеспечивающих возможность формирования глобальных информационно-вычислительных сетей. Не менее важным является разработка универсального программного обеспечения, позволяющего проводить с высокой степенью эффективности обработку и передачу больших объемов информации.

Таким образом, произошла смена приоритетов применения информационных технологий от универсальной счетной машины, к средствам, обеспечивающим возможность формирования и обслуживания информационных потоков.

Организация информационных потоков, безусловно, не исчерпывает полный комплекс проблем, связанных с управлением информационным обменом между субъектами рыночной экономики. В частности, при формировании информационного инфраструктуры в регионах РФ необходимо учитывать масштаб территории, различный уровень их социально-экономического развития, и т.д. Региональная информационная инфраструктура должна формироваться на «микро-и мезо» уровнях хозяйствования: предприятие, отрасль, регион и т.д. Способы и методы организации, принципы формирования могут быть различными, однако модели информационного взаимодействия на указанных уровнях должны обеспечивать их региональную организационно-технологическую совместимость.

Создание региональной информационной инфраструктуры сопряжено с комплексом организационных, технических, финансово-экономических и законодательно-правовых проблем, решение которых должно обеспечиваться в рамках соответствующих региональных программ.

В общем плане региональная программа формирования информационной инфраструктуры должна включать следующие блоки: организационный; материально-технический и кадровый; финансово-экономический; методический; нормативно-правовой.

Ключевым моментом решения организационных проблем формирования информационной инфраструктуры, является разработка модели информационных потоков, адекватной региональной структуре информационного обмена субъектов экономики. Параметры информационных потоков должны учитывать приоритетные направления развития информационного обеспечения как элемента устойчивого развития субъектов экономики.

На основе разработанной модели информационных потоков, формируется соответствующий материально-технический комплекс информационной инфраструктуры, который способен обеспечить воспроизводственный цикл информационных ресурсов; реализуется программа подготовки квалифицированных специалистов для информационной инфраструктуры, а также непосредственно для информационных подразделений предприятий и организаций.

Финансово-экономический блок проблем включает разработку механизмов привлечения государственных и частных финансовых ресурсов с целью создания информационной инфраструктуры.

Совершенствование методического обеспечения деятельности информационной инфраструктуры предполагает разработку методических подходов формирования ценовой политики услуг информационной инфраструктуры, с учетом затрат на производство и экономического эффекта от использования информационного продукта.

Нормативно-правовой блок формирования и обеспечения деятельности региональной информационной инфраструктуры предполагает создание пакета законодательных актов, регулирующих

производство, распределение информационных продуктов, развитие информационного обмена и ведения информационного бизнеса в регионе.

Таким образом, формирование региональной информационной инфраструктуры предполагает решение данной проблемы на основе принципов программно-целевого управления либо управления по целям.

1.3 Методические аспекты формирования механизма идентификации информационных потребностей

Современные направления развития информационного обеспечения, изучение практического опыта влияния информации на динамику развития производственно-хозяйственных и других систем позволяют утверждать, что именно адекватная рыночной экономике информационная инфраструктура способствует формированию устойчивых тенденций их развития. Это достигается путем приобретения дополнительных знаний о возможностях ведения предпринимательской деятельности, основанных на широком и глубоком использовании информации о состоянии внешней среды, что позволяет своевременно реагировать на политические, социально-экономические и другие изменения во внешней среде и, соответственно, вносить коррективы в стратегию и тактику ведения производственно-хозяйственной деятельности.

Основой построения эффективной системы информационного обеспечения является установление состава и структуры информационных потребностей субъектов рыночной экономики, что, в свою очередь, служит основой формирования моделей

организационных структур и организационно-экономических механизмов функционирования предприятий информационной инфраструктуры.

Анализ отечественной и зарубежной литературы¹ показал отсутствие единой точки зрения на характер, содержание информационных потребностей управленцев и предпринимателей, что свидетельствует о возможности наличия различных методических подходов по их выявлению и удовлетворению. По своей природе информационные потребности весьма субъективны, поскольку индивидуальны образ мысли, убеждения, стереотипы поведения, интеллектуальный уровень предпринимателей и менеджеров.

Традиционно информационные потребности, основанные на субъективных взглядах, могут быть выявлены на основе проведения соответствующих социологических исследований и их экспертных оценок. Однако, на наш взгляд, имеются возможности совершенствования методических подходов выявления информационных потребностей, основанных на использовании объективных закономерностей ведения предпринимательской

1. Афанасьев Э.В., Ярошенко В.Н. Эффективность информационного обеспечения управления. -М.: Экономика, 1987. - 111 с.
2. Шкардун Б.Д. Маркетинг в практике информационных служб предприятий и организаций. -М.: НПО Союзмединформ, 1992. -126 с.
3. Ильина О.П., Смирнов И.А., Юровский В.Ф. Служба информационного обеспечения. -Л.: Лениздат., 1989.-151 с.
4. Головина О.Д. Практические аспекты информатизации управления // Менеджмент: теория и практика. Ижевск: Изд.-во Института экономики и управления УдГУ. - №3-4. -1999. - С. 64-82.
5. Терещенко С.С. Проектирование информационно-аналитических служб // НТИ. Сер. 1. - 1995. -№4. - С.9-16.
6. Токманова И.О., Морозов Ю.Д. Роль информации в процессе принятия решения // Актуальные вопросы экономики информатики и управления (ред. Антонов И.Г.) - М.: МЭСИ, 1991.

деятельности, к числу которых относится прежде всего циклический характер ее развития.

В соответствии с данной закономерностью каждому этапу предпринимательской деятельности в рамках единого жизненного цикла соответствует специфическая система целевых установок и задач, которые являются общими вне зависимости от особенностей хозяйственных систем и индивидуальных характеристик предпринимателей и управленцев.

Единство целевых установок и задач на отдельных этапах развития предпринимательской деятельности позволяет с достаточно высокой степенью вероятности выявить информационные потребности, которые являются традиционными, устойчивыми и, в определенной мере, унифицированными. Поэтому выявление информационных потребностей требует идентификации этапов развития предпринимательской деятельности и системы соответствующих каждому этапу целеполаганий.

В научной литературе¹ предлагаются модели жизненного цикла компании (фирмы), которые характеризуют этапы развития с момента выхода предприятия на рынок и до начала падения доходов, прекращения деятельности или конверсии и диверсификации производства. Однако, предпринимательская деятельность начинается на более ранней стадии, чем появление компании на рынке, а именно с момента зарождения идеи. Этап рождения предпринимательской идеи, является определяющим в тенденциях

1. Ансофф И. Стратегическое управление. - М.: Экономика, 1989.-520 с.
2. Аболонин С. Выводы для предпринимателя из теории о жизненном цикле товаров // Маркетинг. - 1998.-№6.-С. 54-63.
3. Алимova Т. Диверсификация деятельности малых предприятий // Вопросы экономики. - 1997. - №6.-С. 130-137.

развития хозяйствующих субъектов. Поэтому обеспечение благоприятных условий формирования предпринимательских идей является первостепенной задачей. Представленная на рисунке 2.2.1 модель жизненного цикла предпринимательской деятельности, на наш взгляд, является более полной и достаточной для выявления и анализа информационных потребностей.

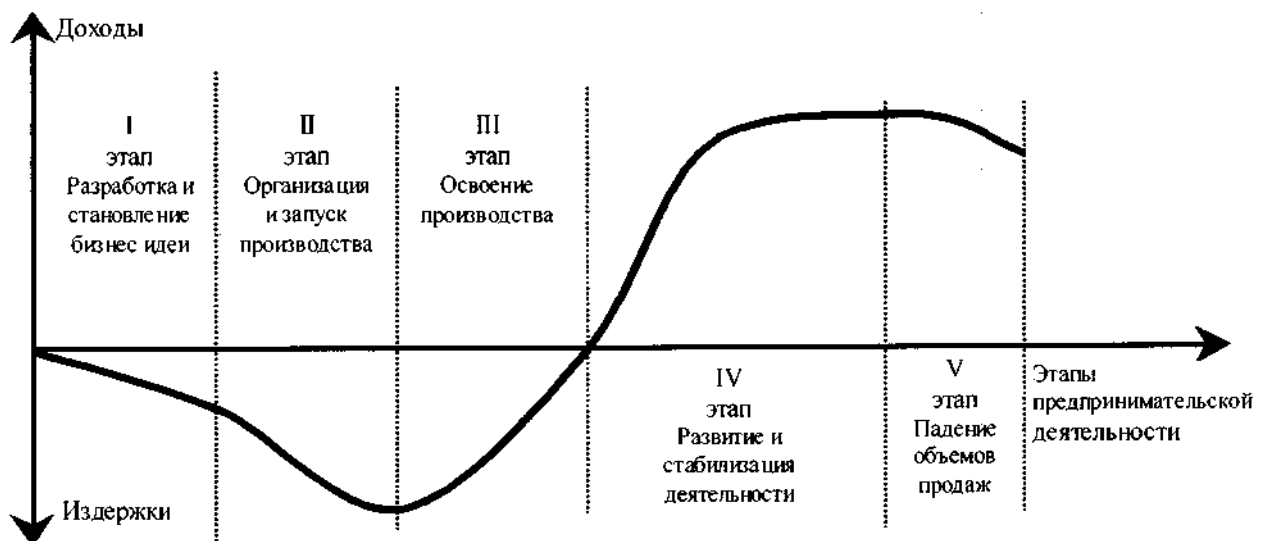


Рис. 2.2.1 Модель жизненного цикла предпринимательской деятельности

Как видно из данного рисунка, предпринимательская деятельность подразделяется на пять основных этапов, отражающих

последовательный характер ее развития. Первый этап «Разработка и становление бизнес идеи» является наиболее важным, так как в данный период происходит творческий процесс выявления предпринимательской ниши и формирование укрупненной организационно-экономической модели дальнейшего развития предпринимательской деятельности.

Анализ процесса поиска предпринимательской ниши в условиях отсутствия или недостатка информации показывает хаотический, неустойчивый его характер. Новаторская предпринимательская

деятельность ведется, как правило, на основе интуиции, а не на основе анализа и оценки окружающей среды. Данное положение приводит к преобладанию в предпринимательской среде иррационального метода «проб и ошибок», последствия которого выражаются, в первую очередь, в увеличении временных параметров развития первого этапа предпринимательской деятельности. С высокой степенью вероятности также можно говорить о зависимости преждевременного затухания предпринимательской деятельности от необоснованности выбранной предпринимательской ниши.

Поэтому, на наш взгляд, необходимо более детально рассмотреть содержание и структуру проблем, связанных с изучением состояния и тенденций развития окружающей среды, что позволит провести идентификацию информационных продуктов, способствующих удовлетворению информационных потребностей предпринимателей, находящихся на стадии поиска и разработки идеи. При этом мы исходим из предположения, что основной замысел, идея бизнеса является продуктом преимущественно интеллектуальной деятельности, основанной на интуиции, обобщении собственного предшествующего житейского, профессионального, культурного и др. опыта. Это, в свою очередь, означает, что информационное обеспечение первого этапа развития предпринимательской деятельности предусматривает, прежде всего, выявление перспективных рыночных ниш, в которых может быть практически реализована, сформированная несколько ранее предпринимательская идея. Качественное содержание информационных потребностей предпринимателей, находящихся на данном этапе развития, может быть выражено через постановку таких вопросов как: «Насколько

современная, общая экономическая ситуация способствует развитию предпринимательской деятельности?»; «Какие отрасли (подотрасли) экономики являются в настоящее время наиболее эффективными и (или) перспективными?»; «На какой территории более целесообразно организовать свой бизнес?»; «Какие предприятия являются наиболее привлекательными с точки зрения ведения совместного бизнеса?». Безусловно, перечисленные вопросы не исчерпывают в полном объеме информационные потребности предпринимателей, но позволяют генерализировать их направленность.

Общая последовательность изучения состояния и тенденций развития внешней среды, позволяющая создавать доброкачественные информационные продукты, способствующая нахождению ответов на перечисленные выше вопросы, может быть представлена следующим образом:

- оценка и прогнозирование развития конъюнктуры рынка; оценка и прогнозирование отраслей (подотраслей) экономики;
- оценка и прогнозирование развития регионов и их территориальных образований;
- оценка и прогнозирование развития отдельных предприятий и компаний.

В первом приближении данная последовательность изучения внешней среды может показаться в недостаточной степени обоснованной по причине масштабности охвата проблем. Однако, при более детальном рассмотрении только на основании изучения всего комплекса указанных проблем, можно говорить о высокой степени качества производимых информационных продуктов. Не менее важным моментом является и то, что на основании

полученных результатов предполагается производство информационных продуктов не только для предпринимателей, но и для региональных органов управления и институциональной системы поддержки развития предпринимательства (областные, городские, районные администрации, фонды, комитеты, банки и т.д.). Информационными продуктами в данном случае являются разнообразные стратегии, программы, планы, прогнозы, обеспечивающие в совокупности реализацию региональной политики развития предпринимательства.

В соответствии с указанной выше последовательностью, опишем алгоритм изучения состояния и тенденций развития внешней среды.

Оценка и прогнозирование развития конъюнктуры рынка является наиболее сложным этапом изучения внешней среды, требующим привлечения квалифицированных специалистов - аналитиков. Результатом аналитической работы на данном этапе является определение стадии развития конъюнктуры рынка (подъем конъюнктуры, конъюнктурный бум, ослабление конъюнктуры и конъюнктурный спад), свидетельствующей о современном состоянии и тенденциях развития экономической ситуации в стране. Выявление стадий развития конъюнктуры требует организации систематического мониторинга, фиксации современного состояния развития с помощью обширной системы показателей, использования экономико-статистического инструментария их анализа и оценки, учета многочисленных внутренних и внешних факторов, необходимых для прогнозирования развития. К числу основных параметров, характеризующих состояние конъюнктуры рынка и перспективы ее развития, относятся такие макроэкономические характеристики, как совокупные спрос и предложение, цена,

конкуренция, динамика валового внутреннего продукта и национального дохода, объемы производства промышленной продукции, доля национального дохода расходуемого на накопление и потребление, учетная ставка Центробанка и условия предоставления долгосрочных и краткосрочных кредитов, интенсивность приватизационных процессов и др. Определение полного состава технико-экономических, социальных и других показателей, обеспечивающих идентификацию стадий развития конъюнктуры, выходит за рамки задач настоящего исследования. Поэтому для нас более важным является выявление принципиальной взаимосвязи данной аналитической работы с возможностью получения ответа на один из ранее поставленных вопроса, а именно: «Насколько в настоящее время общеэкономическая ситуация способствует развитию предпринимательской деятельности?» На первый взгляд можно увидеть некоторую неэквивалентность затрат, связанных с проведением данных исследований и значимостью их результатов для конкретного предпринимателя. Однако, учитывая принципиальность содержания проблемы («открывать» или «не открывать» собственное дело), становится очевидной обоснованность затрат на проведение исследований по выявлению стадий развития конъюнктуры рынка, которые свидетельствуют о величинах возможных потерь дохода и капитала, т.е. о величинах предпринимательских рисков. Кроме того, полученные результаты являются ценнейшим материалом для формирования региональных программ развития предпринимательской деятельности, конкретное содержание которых во многом определяется макроэкономическим состоянием развития экономики страны в целом.

Следующий этап аналитической работы - «оценка и прогнозирование привлекательности отраслей (подотраслей) экономики» органично связан с результатами предшествующих исследований, что может быть доказано с помощью следующих логических рассуждений на основе раскрытия конкретной ситуации. Предположим, что экономика в целом находится в стадии конъюнктурного спада. Это, отнюдь, не является всеобщим признаком развития отраслей (подотраслей) народного хозяйства. Достаточно сказать, что циклы развития отдельных отраслей могут не совпадать с общеэкономическими циклами. По этой причине из всей совокупности отраслей традиционно выделяют: растущие отрасли, защищенные отрасли, циклические отрасли, контрциклические отрасли, отрасли чувствительные к изменению доходности. Поэтому проведение данного этапа исследования способствует, с одной стороны, принятию решения о начале предпринимательской деятельности в конкретной отрасли, которая по тем или иным причинам находится на привлекательном векторе своего развития и, с другой стороны, дает возможность предоставления конкретному предпринимателю информации о степени предпринимательской привлекательности различных отраслей.

В основу анализа и оценки состояния развития различных отраслей может быть положен использованный выше методический прием, направленный на выявление стадий жизненного цикла отраслей. Традиционно выделяют пионерную стадию, стадию расширения, стадию стабилизации, стадию затухания.

Система результирующих параметров, характеризующих стадию развития отрасли и позволяющая их ранжировать с точки зрения

предпринимательской привлекательности, включает следующие качественные и количественные показатели: уровень прибыльности активов, значимость отрасли в экономике, уровень инвестиционных рисков, устойчивость отраслей к экономическому спаду, социальная значимость отрасли, уровень конкуренции, степень государственной поддержки отрасли, уровень социальной напряженности в отрасли и т.д. По результатам проведенных исследований анализируемые отрасли могут быть классифицированы следующим образом: приоритетные отрасли, отрасли достаточно высокой привлекательности, отрасли средней привлекательности и отрасли низкой привлекательности. Это и позволяет скорректировать направленность реализации первоначального замысла предпринимателя в аспектах уточнения конкретной сферы приложения предпринимательских способностей, и, соответственно, капитала. Одновременно определяются первоначальные ориентиры для формирования государственной политики поддержки развития предпринимательства, основанные на выявлении общих направлений возможного и благоприятного размещения (развития) бизнеса в тех или иных отраслях экономики.

Оценка и прогнозирование развития регионов и их территориальных образований направлены на выявление дополнительных преимуществ или сдерживающих факторов ведения бизнеса в том или ином секторе экономики на конкретной территории и создает региональную информационную базу для совершенствования организационно-экономического и нормативно-законодательного механизмов развития предпринимательства. Необходимость данной оценки определяется специфическими особенностями сложившихся природно-географических,

производственно-экономических, социальных и других условия. Структура показателей развития регионов и их территориальных образований включает, как правило, следующие разделы: общеэкономический уровень развития; уровень развития инфраструктуры; демографическая характеристика; уровень развития рыночных отношений и рыночной инфраструктуры; уровень криминогенных, экологических и др. рисков. Конкретное наполнение каждого из разделов системой более частных аналитических показателей является достаточно изученной проблемой. Поэтому ограничимся приведением лишь некоторых из них: объем и структура произведенной промышленной продукции на душу населения; средний уровень заработной платы; производство и распределение энергетических ресурсов; уровень безработицы; уровень развития банковской системы; уровень и специфика экономических преступлений и т.д.

Общим результатом аналитической работы на данном этапе является ранжирование регионов и их территориальных образований с точки зрения интегральной оценки их предпринимательской привлекательности, что обеспечивает получение конкретным предпринимателем ответа на вопрос: «На какой территории целесообразно организовать свой бизнес?».

Оценка и прогнозирование развития отдельных предприятий и фирм в наибольшей степени конкретизируют условия ведения бизнеса, так как направлены на выявление ведущих предприятий в различных секторах экономики региона и формируют информационную базу для уточнения предпринимательской идеи на предмет ее возможной интеграции в существующие производственные, торговые, посреднические и другие региональные

структуры. Проведение данных исследований требует, как правило, рассмотрения системы показателей, характеризующих основные экономические параметры развития предприятий: финансовое положение предприятий; уровень организации производства; уровень управления предприятием; инновационную активность предприятий и др. К числу частных показателей характеризующих, привлекательность отдельных предприятий и фирм относятся уровень рентабельности; широта и глубина ассортимента; производственные мощности; потенциал финансирования; уровень управления персоналом; интенсивность освоения новых видов деятельности и др.

Таким образом, результатом аналитической работы на данном этапе является ранжирование предприятий и фирм по признакам отраслевой принадлежности и с учетом интегральных оценок их предпринимательской привлекательности и на этой основе получение конкретным предпринимателем ответа на вопрос: «Какие предприятия являются наиболее привлекательными с точки зрения ведения совместного бизнеса?». Напротив, в случае принятия предпринимателем решения о ведении самостоятельного бизнеса и организации собственного предприятия, результаты данного этапа исследований могут быть использованы для сравнительного анализа уровня развития вновь организуемого предприятия и предприятий, являющихся потенциальными конкурентами. Кроме того, данная информация является чрезвычайно важной для региональных органов управления в аспектах создания необходимых условий для процессов интеграции бизнеса.

Обобщенным результатом изучения внешней среды является разработка совокупности информационных продуктов, позволяющих

конкретному субъекту, при условии их использования, разработать научно обоснованную модель выхода на рынок. Данная модель по своему содержанию носит стратегический характер, так как, во-первых, основывается на использовании стратегической информации и, во-вторых, формирует стратегический вектор развития предпринимательской деятельности.

Второй этап «организация и запуск производства» и третий этап «освоение производства» жизненного цикла предпринимательской деятельности объединяются в своем ключевом назначении - создании материально-технической основы для практической реализации, сформированной на первом этапе общей модели предпринимательской деятельности (см.рис.2.2.1). По характеру деятельности предпринимателя на данном этапе, информацию, которая используется в целях формирования материально-технической основы бизнеса, можно интерпретировать как тактическую. Действительно, реализация таких функций, как поиск и приобретение оборудования, заключение договоров на аренду помещений, поиск поставщиков сырья и материалов и т.д., нельзя причислить к числу проблем стратегического планирования, а, с другой стороны, к числу задач оперативного характера. Тем не менее, это не означает отсутствия остроты проблемы информационного обеспечения данного этапа предпринимательской деятельности. По причине бесконечного многообразия предпринимательских проектов и множества вариантов задействования под их реализацию материально-технических, технологических, энергетических и других ресурсов отсутствует необходимость приведения полного перечня информационных потребностей данного этапа. Поэтому ограничимся общей

постановкой вопросов, позволяющей, тем не менее, выявить общую направленность информационных потребностей.

Предметом изучения в данном случае становятся конкретные субъекты экономики, производящие те или иные производственные ресурсы или располагающие ими (земля, недвижимость, технологии, сырье и материалы, финансы, труд). Соответственно, информационные потребности предпринимателя на данном этапе можно идентифицировать на основе постановки следующего вопроса: «Кто из потенциальных поставщиков тех или иных материально-технических ресурсов оптимален с точки зрения качественных, стоимостных и временных параметров?». Получение ответа на данный вопрос предполагает сбор, обобщение и анализ следующих технико-экономических показателей: цена ресурсов; производительность, энергоемкость, материалоемкость, трудоемкость технологии и оборудования; способы и протяженность транспортировки; условия оплаты; наличие на рынке специалистов соответствующей квалификации; условия получения банковских кредитов и т.д. Безусловно, концентрация данной информации предполагает повышение уровня информационной прозрачности рынков данных факторов производства. Только в этом случае может быть решена проблема предоставления максимально возможного количества альтернативных вариантов формирования производственно-технической базы предпринимательской деятельности и, соответственно, построена оптимальная модель ресурсного ее обеспечения, минимизирующая финансовые и временные издержки и позволяющая интегрировать предпринимательскую деятельность в сложившиеся схемы ресурсопотоков в регионе, что, в свою очередь, способствует

повышению степени внутрирегиональной производственной и иной кооперации.

Целью четвертого этапа жизненного цикла - «Развитие и стабилизация предпринимательской деятельности» является сохранение и укрепление позиций предпринимательской деятельности на рынке. Используемая внешняя информация в данном случае носит преимущественно оперативный, коммерческий характер, так как в основном направлена на обоснование текущих управленческих решений в области материально-технического снабжения и сбыта (уровень цен на товары и услуги; наличие товара, товарных запасов, их номенклатура; структура, динамика предложения и потребностей потребителей; позиция конкретного товара на рынке и т.д.). На наш взгляд, нет необходимости в разработке принципов ранжирования всей указанной совокупности информационных потребностей по отдельным их блокам. В любом случае, теоретически разработанная классификация информационных потребностей будет несовершенной по причине ее незавершенности. Более правильным, на наш взгляд, является изучение реального опыта конкретной инфраструктурной единицы, специализирующейся на информационном обеспечении потребителей оперативной, коммерческой информацией и, на этой основе, выявление критериев структурирования информационных потребностей.

Пятый этап - «Стагнация и затухание предпринимательской деятельности», характеризуется падением уровня доходности предпринимательской деятельности вследствие различного рода воздействий внутренней и внешней среды. Формирование дальнейших положительных тенденций развития

предпринимательской деятельности достигается через своевременные, целенаправленные, адекватные внешним воздействиям глубокие изменения ведения предпринимательской деятельности и разработку новых стратегий своего развития, включая такие элементы, как конверсия и диверсификация, расширение, повышение технологического уровня производства и д.р. Таким образом, информационные потребности последнего этапа в значительной степени совпадают с информационными потребностями первого этапа.

Все вышеизложенное позволяет систематизировать и взаимоувязать цель, задачи предпринимательской деятельности и систему информационных потребностей (с учетом типизации информационных продуктов и идентификации характера информации) в зависимости от этапов жизненного цикла предпринимательской деятельности (табл. 2.2А}.

Безусловно, в реальной практике данные взаимосвязи более многообразные и неоднозначные. Тем не менее, данные рассуждения и установленные закономерности информационного обеспечения в зависимости от жизненного цикла предпринимательской деятельности, позволяют найти механизмы совершенствования принципов организации и функционирования региональной информационной инфраструктуры, создаваемой с целью придания новых импульсов развития предпринимательства.

В целях подтверждения (опровержения) методических подходов выделения этапов жизненного цикла предпринимательской деятельности и проведенной поэтапной идентификации информационных потребностей, были подготовлены

Таблица 2.2.1

Типизация информационных потребностей в системе жизненного цикла предпринимательской деятельности

		Этапы жизненного цикла предпринимательской деятельности				
		I этап Разработка и становление бизнес идеи	II этап Организация и запуск производства	III этап Освоение производства	IV этап Развитие и стабилизация предпринимательской деятельности	V этап Стагнация и затухание предпринимательской деятельности
Цели информационного обеспечения	Разработка стратегической модели развития предпринимательской деятельности	Разработка стратегической модели ресурсного обеспечения предпринимательской деятельности	Предоставление совокуности технико-экономической информации о материально-технических, технологических, финансово-экономической, энергетических, трудовых и других ресурсах, потенциально пригодных для ведения предпринимательской деятельности	Обеспечение сохранения и укрепления позиций на рынке	Предоставление совокуности оперативной коммерческой информации	Построение новой стратегической модели развития предпринимательской деятельности
Задачи информационного обеспечения	-определение общих условий ведения предпринимательской деятельности; - определение перспективных отраслей (подотраслей) для ведения бизнеса; - определение месторасположения предпринимательской деятельности; - определение потенциальных партнеров и конкурентов	-определение общих условий ведения предпринимательской деятельности; - определение перспективных отраслей (подотраслей) для ведения бизнеса; - определение месторасположения предпринимательской деятельности; - определение потенциальных партнеров и конкурентов	Предоставление совокуности технико-экономической информации о материально-технических, технологических, финансово-экономической, энергетических, трудовых и других ресурсах, потенциально пригодных для ведения предпринимательской деятельности	Предоставление совокуности оперативной коммерческой информации	Предоставление совокуности оперативной коммерческой информации	-определение общих условий ведения предпринимательской деятельности; - определение перспективных отраслей (подотраслей) для ведения бизнеса; - определение месторасположения предпринимательской деятельности; - определение потенциальных партнеров и конкурентов
Типизация информационных потребностей (фрагмент)	- параметры конъюнктуры рынка; - отраслевые рейтинги; - региональные (территориальные) рейтинги - рейтинги отдельных предприятий и фирм	- цена ресурсов; - производительность технологий и оборудования; - количество специалистов соответствующей квалификации на рынке; - условия получения кредитов;	- уровень цен на товары и услуги; - наличие товара - товарных запасов и их номенклатура; - структура предложения и потребности потребителей	- уровень цен на товары и услуги; - наличие товара - товарных запасов и их номенклатура; - структура предложения и потребности потребителей	- параметры конъюнктуры рынка; - отраслевые рейтинги; - региональные (территориальные) рейтинги - рейтинги отдельных предприятий и фирм	- параметры конъюнктуры рынка; - отраслевые рейтинги; - региональные (территориальные) рейтинги - рейтинги отдельных предприятий и фирм
Характер информации (по преобладанию)	Стратегическая	Стратегическая	Тактическая	Оперативная	Оперативная	Стратегическая

соответствующие анкеты и проведен социологический опрос 61 предпринимателя Ульяновской области. Разработанная анкета представляла собой распечатку таблицы 2.2.1, которая сопровождалась соответствующими вопросами, ответы на которые оценивались по 10 - балльной шкале. Ответ «да» - 10 баллов, «нет» - 0 баллов, «в некоторой степени» - от 1 до 9 баллов.

Сводные результаты социологического опроса представлены в таблице 2.2.2.

Таблица 2.2.2

Результаты социологического опроса

Содержание вопроса	Распределение ответов по баллам(ед.)					Среднее начени выборки	Среднее квадратичное отклонение	Предельная ошибка выборки
	0	5	7-6	9-8	10			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Считаете ли Вы обоснованным выделение этапов в развитии предпринимательской деятельности?	0	0	3	29	29	9,29	0,678	0,2194
2. Считаете ли Вы, что количество выделенных этапов (5) соответствует Вашим представлениям о развитии предпринимательской деятельности?	0	0	9	38	14	8,57	1,215	0,2804
3. Считаете ли Вы, что обозначенные цели каждого этапа развития предпринимательской деятельности соответствуют Вашим представлениям?	0	1	14	33	13	8,26	1,563	0,3181
4. Считаете ли Вы, что проблемы с которыми сталкивается предприниматель на первом и пятом этапе развития фирмы совпадают?	0	1	22	27	11	7,91	1,876	0,3484
5. Считаете ли Вы, что обозначенные задачи информационного обеспечения предпринимательской деятельности, в зависимости от этапов развития фирмы, соответствуют реальным потребностям предпринимателей?	0	4	25	20	12	7,73	2,230	0,3798

1	2	3	4	5	6	7	8	9
6. Считаете ли Вы, что проведенная конкретизация (типизация) информационных потребностей соответствует этапам развития предпринимательской деятельности?	0	5	30	14	12	7,54	2,385	0,3928
7. Считаете ли Вы, что информационное обеспечение предприятий, находящихся на первом, втором, третьем и пятом этапах своего развития должно осуществляться на льготной основе?	0	0	1	23	37	9,52	0,453	0,1713

Результаты социологического опроса показывают, что теоретически разработанные методические подходы выявления информационных потребностей в достаточной степени отвечают реальным информационным потребностям предпринимателей. Доказательством этого являются, во-первых, отсутствие отрицательных ответов по всем вопросам; во-вторых, преобладание количества ответов с высокой оценкой от 10 баллов до 8 баллов; в-третьих, средние значения выборки по всем вопросам находятся в пределах от 7,54 баллов до 9,56 баллов из 10 возможных. Достаточно низкие коэффициенты среднего квадратичного отклонения, позволяют, при данном количестве респондентов, рассчитать предельные ошибки выборки по каждому вопросу относительно всей генеральной совокупности.

Таким образом, общий алгоритм выявления информационных потребностей предпринимателей следующий:

1. Исследуется модель жизненного цикла предпринимательской деятельности;
2. В зависимости от этапов жизненного цикла предпринимательской деятельности определяется система

целевых установок и задач, которые являются общими вне зависимости от особенностей производственно-хозяйственных систем и индивидуальных характеристик предпринимателей и управленческого персонала;

3. Типизируются информационные потребности предпринимателей и идентифицируется характер информации (стратегическая, тактическая, оперативная);
4. Систематизируются, взаимоувязываются цель и задачи информационного обеспечения, информационные потребности и характер информации в зависимости от этапов жизненного цикла предпринимательской деятельности.

Выявление информационных потребностей субъектов предпринимательства на основе использования предложенного алгоритма создает предпосылки научно обоснованного управления процессами информационного обеспечения, а также способствует обоснованию критериев формирования организационной структуры информационной инфраструктуры поддержки развития предпринимательства.

¹ Прихотной Д.Г. Социально-экономическая природа информационного продукта и информационного ресурса.-М.: Финансы и статистика, 1989. - 174с.

Прихотной Д.Г. Социально-экономическая природа информационного продукта и информационного ресурса.-М.: Финансы и статистика, 1989. - 174с.

Глава 2. Региональная система малого предпринимательства: состояние развития и проблемы информационного обеспечения

2.1 Тенденции развития региональной системы малого предпринимательства

Определение состояния и проблем развития малого бизнеса в переходной экономике России требует ясного понимания того, какое место он занимает в структуре рыночной экономики и каковы его характерные особенности.

Мировой опыт показал, что во второй половине XX века миллионы малых и средних фирм во взаимодействии с крупными компаниями образуют особый механизм функционирования рыночной экономики. Сложившаяся практика выделения сфер деятельности малого и крупного бизнеса вызвана не только количественными параметрами их деятельности, но и рядом других специфических особенностей.

Крупный бизнес определяет экономическую и техническую мощь страны, но объединяясь в международные структуры, частично теряет свою независимость и попадает под влияние более сильных партнеров. В определенных условиях такая зависимость приводит к интернационализации интересов крупного капитала в ущерб национальным интересам. Для крупного бизнеса необходимы и выгодны емкий рынок со стабильным и продолжительным спросом, продукция массового производства.

Малый бизнес представляет самый многочисленный слой мелких собственников, который в значительной степени определяет социально-экономический и отчасти политический уровень развития страны. Высокая приспособляемость и массовый охват практически всех сфер

внутреннего рынка страны обеспечивают устойчивость развития рыночной экономики и способствуют стабильности политического климата. Владельцы малых предприятий являются, как правило, мелкими собственниками и объединены, в этом смысле, едиными корпоративными интересами с крупным и средним капиталом. Представителей малого бизнеса отличает их положение активного производителя (потребителя) на внутреннем рынке, что вынуждает предпринимателей устанавливать тесные взаимосвязи с различными социальными группами. Этим определяется общественное поведение представителей малого бизнеса, основанное на прямой зависимости от местных и национальных интересов, а также роль малого бизнеса как некоторой связующей и одновременно «буферной зоны», позволяющей исключить излишнюю поляризацию общества. Предприятия малого бизнеса действуют в основном на местных рынках, обеспечивая тем самым их наполнение товарами и услугами благодаря своей мобильности, оперативно реагируют на изменения конъюнктуры рынка, устраняют различные диспропорции в системе спроса и предложения.

Основным механизмом взаимодействия малого и крупного бизнеса является кооперация и технологическая интеграция малых предприятий с крупными предприятиями. В Японии, например, свыше половины малых предприятий «встроены» в технологические, производственные и др. взаимосвязи с крупным бизнесом. Таким образом, крупное и мелкое производство не противопоставляется, а взаимно дополняется, особенно в сфере инновационных разработок. Малые предприятия берут на себя определенный риск, сосредоточивая усилия на разработке новых и модернизации существующих технологий, продуктов и услуг. Не случайно в США, девять из десяти новых инновационных идей рождаются в малых фирмах. По данным Национального научного фонда

США, в расчете на 1 доллар, вложенный в научно-исследовательские работы, малые предприятия дали вчетверо больше инноваций, чем средние, и в 24 раза больше, чем крупные корпорации. На одного сотрудника малого предприятия приходится в 2,5 раза больше инноваций, чем на работника крупного предприятия¹.

Не менее важным обстоятельством является и то, что в условиях все возрастающих темпов научно-технического прогресса, формирование нового производства не сопровождается значительным привлечением новых трудовых ресурсов. Поэтому в США, например, за счет малого бизнеса обеспечивается 60% прироста новых рабочих мест (в том числе 2/3 -компаниями с числом занятых до 20 человек)². Это позволяет утверждать, что малое предпринимательство в экономике, основанной на рыночных отношениях, является основным фактором решения ряда социальных проблем, среди которых можно выделить проблемы занятости и безработицы.

Таким образом, сектор малого бизнеса является неотъемлемым, объективно необходимым элементом развития хозяйственной системы, без которого экономика и общество в целом не могут нормально существовать и развиваться. В подтверждение важности данного сектора экономики можно привести данные, которые показывают, что в среднем по развитым странам (США, Германия, Франция, Япония и др.) при занятости в малом и среднем бизнесе порядка 60% всего активного населения, им производится более половины всего ВВП данных стран (табл. 2.1.1).

¹ Шахматов Ф. Роль предпринимателя в рыночной экономической системе // Маркетинг. - 1997. - №2. - С.94-100.

² Блинов А. Государственная политика малого предпринимательства в США и Японии // Маркетинг. -1995. №6 - С. 45-49.

Таблица 2.1.1

Средние значения показателей, характеризующих роль МСП в структуре экономики развитых западных стран и России в 1995г.¹

Показатели	Россия	Среднее значение по развитым странам	Отставание малого бизнеса России (раз)
Количество МСП на 1 000 жителей (шт)	5,7	50,6	8,9
Доля МСП в общей численности занятых (%)	9,6	60,9	6,3
Доля МСП в ВВП (%)	10	54	5,4

Показатели	Россия	Среднее значение по развитым странам (раз)	Отставание малого бизнеса России
Количество МСП на 1000 жителей (шт)	5,7	50,6	8,9
Доля МСП в общей численности занятых (%)	9,6	60,9	6,3
Доля МСП в ВВП (%)	10	54 ~	5,4

Несколько иная картина складывается в переходной экономике России. Как видно из данной таблицы, роль малого и среднего бизнеса в российской экономике в значительной степени ниже по сравнению с развитыми странами. Поэтому для России чрезвычайно важно достижение аналогичных показателей уровня развития малого бизнеса, жизненно необходимого для эффективного функционирования рыночной экономики и социальной стабилизации общества.

Историческим этапом возрождения малого предпринимательства в нашей стране можно считать принятие Закона СССР «О государственном предприятии(объединении)» (1987 г.). Вводимые этим законом формы хозяйственного расчета способствовали освоению на небольших предприятиях местной промышленности и бытового обслуживания прогрессивных форм арендных отношений. Несколько позже (1988 г.) был принят Закон СССР «Об индивидуальной трудовой деятельности»,

который инициировал быстрый рост числа граждан, занимающихся индивидуальной трудовой деятельностью (с 429

Орлов А. Малое предпринимательство: старые и новые проблемы // Вопросы экономики. - 1997. - №4. - С.130-133.

тыс. человек в 1988 г. до 723 тыс. человек в 1989 г.) .

Закон СССР «О кооперации в СССР» (1989 г.) ознаменовал рождение самостоятельных кооперативов с открытием собственных счетов в банке, реализацией принципов самофинансирования и самоуправления. За короткий срок (с 1988 г. по 1989 г.), число кооперативов в строительстве, производстве товаров и услуг возросло более чем в 10 раз, а объемы реализуемых товаров и услуг - почти в 20 раз.

В развитие данной системы в августе 1990 г. был принят Закон СССР «О мерах по созданию и развитию малых предприятий», который приближал практику хозяйствования к международному опыту становления и развития малого бизнеса, но сохранял при этом примат государственной собственности. И только в декабре 1990 г. в Законе «О собственности в РСФСР» были зафиксированы права собственника при осуществлении предпринимательской деятельности, но и в нем не были рассмотрены малые предприятия как специфические субъекты рыночной экономики. Выделение последних из общего состава хозяйствующих субъектов было осуществлено специальным постановлением Совета Министров РСФСР «О мерах по поддержке и развитию малых предприятий в РСФСР» (июль 1991 г.). Наряду с критериями, определяющими размеры малых предприятий, постановление рассматривало организационно-экономические условия развития малых предприятий, устанавливало налоговые льготы для них, уравнивало в правах малые предприятия разных форм собственности.

Анализируя динамику прироста численности малых предприятий в период с 1991г. по 1998г в российской экономике, можно выделить следующие этапы развития малого бизнеса (рис.2.1.1).

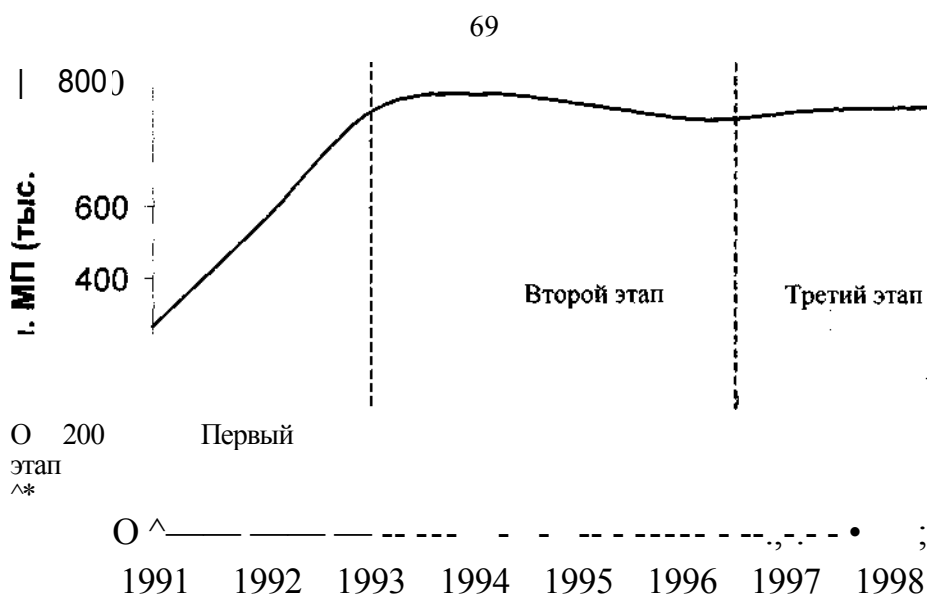


Рис. 2.2.1 Динамика роста числа малых предприятий в экономике РФ

Первый этап (1991-1993 гг.) характеризуется высокими темпами роста числа зарегистрированных малых предприятий. Так за 1992 г. их количество увеличилось в 2,1 раза (560тыс. единиц против 268 тыс.), а за 1993 г. - в 1,5 раза (865 тыс. на конец года)¹.

Несмотря на видимое благополучие макропоказателей, данный этап развития ознаменовался массовым сокращением производственной составляющей в среде малого предпринимательства и началом массового развития торгово-посреднической деятельности. Так, в этот период времени более 50% малых предприятий занимались торгово-посреднической деятельностью. Дополнительным фактором указанной тенденции явилось массовое увольнение работников с крупных предприятий, для которых мелкая торговля и посредническая деятельность, не требующая высоких капитальных затрат, явилась вполне приемлемым выходом из сложившейся ситуации.

Предпосылкой данных процессов является либерализация цен и введение налогового прессинга, который был направлен на изъятие 70-

¹ Виленский А. Этапы развития малого предпринимательства в России // Вопросы экономики. - 1996. - №7. - С.30-35.

90% доходов предприятий. Таким образом, до 1992 года малые предприятия, производящие товары народного потребления и услуги, получали свое развитие за счет того, что фактически не испытывали конкуренции со стороны государственных предприятий. К концу 1992 года, в условиях инфляции и потери основных преимуществ, малые производственные предприятия фактически не могли конкурировать с нахлынувшим на рынок дешевым импортным товаром.

В 1993 г. доля постоянно занятых на малых предприятиях достигла рекордной величины и составила 8,63 млн. человек. Сложилась относительно устойчивая, но вовсе не оптимальная региональная структура российского предпринимательства. По численности малых предприятий абсолютным лидером стал Центральный экономический район (36%) с центром в городе Москве - (23%). На северный экономический район приходилось всего 4% малых предприятий, на Северо-Западный - 7%, на Волго-Вятский - 3%, на Центрально-Черноземный - 3,1%, на Поволжский - 10,1%, на Северо-Кавказский - 10%, на Уральский - 9%, на Западно-Сибирский - 8,4%, на Восточно-Сибирский - 2%, на Дальневосточный - 4,3%¹. Одна из главных причин доминирования центра в территориальном распределении малых предприятий, заключалась в сложившейся ранее в плановой экономике централизации товарных, материальных, ресурсных и финансовых потоков.

Поэтому изменение данной структуры возможно лишь при развитии производственного сектора, который в большей степени территориально привязан к местным рынкам.

Второй этап (1994-1996 гг.) характеризуется кардинальными

¹ Второй всероссийский съезд представителей малых предприятий. Малое предпринимательство в России: состояние, проблемы, перспективы // М.. 1999. - 158 с.

изменениями в тенденциях развития малого предпринимательства. Так за 1994 г. прирост численности малых предприятий составил лишь 3,7% (896,9 тыс. на конец года). В 1995 г. впервые наблюдалось абсолютное сокращение количества малых предприятий - до 877 тыс., а в 1996 - до 828 тыс.¹.

На резкое падение темпов роста числа малых предприятий и их абсолютное сокращение повлияло введение жестких налоговых и других законодательных актов, регулирующих деятельность малого предпринимательства. Поэтому к данному периоду времени не были полностью восстановлены такие контролирующие органы, как налоговая полиция, внутренние органы, службы государственной безопасности и т.д. Массовые нарушения законов, в сочетании со слабостью государства, вызвали разгул криминального террора в отношении малых предприятий.

Именно эти обстоятельства явились основными препятствиями притока новых граждан, особенно из числа безработных, в сферу малого предпринимательства, для которых более приемлемыми оказались случайные, часто нерегистрируемые заработки.

На снижение абсолютного числа малых предприятий в период 1995-1996 гг. повлияли перерегистрация предприятий и изменение учетной политики малых предприятий в связи с принятым Законом «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации». Однако не стоит и переоценивать значимость этого фактора в общем абсолютном сужении сферы российского малого предпринимательства. Более серьезные причины связаны с провозглашенным правительством курсом на финансовую

Виленский А. Этапы развития малого предпринимательства в России // Вопросы экономики. - 1996. - №7. - С.30-35.

стабилизацию, переведшим в разряд «выживающих» все российские малые предприятия. Тем не менее, в данный период времени в стране стала формироваться принципиально новая экономическая ситуация, в которой малые предприятия начали играть роль, характерную для малых предприятий в рыночной экономике. Появились зачатки нормальной рыночной среды, характеризующейся конкурентной борьбой малых предприятий.

Третий этап (1997-1998 гг.) характеризуется низкими темпами прироста численности малых предприятий. Так, в 1997 г. прирост составил лишь 4,2% (862 тыс. на конец года), а в 1998 г. прирост составил всего 0,62% (868 тыс. на конец года)¹.

Несмотря на низкие темпы роста численности малых предприятий в данный период времени, в предпринимательской среде произошли ряд качественных изменений. Так, в 1997 г. резко увеличилась численность индивидуальных предпринимателей (до 3,5 млн. чел.). К 1999 г. тенденция увеличения удельного веса частных предпринимателей, без образования юридического лица стала преобладающей, что объясняется более льготным налогообложением и более низким уровнем государственного контроля. Анализ макроэкономической ситуации в российской экономике в данный период времени показал наметившиеся тенденции стабилизации экономической ситуации в стране: уменьшение темпов инфляции, спада производства, некое оживление инвестиционной деятельности. Это в целом благоприятно повлияло на изменения в отраслевой структуре малого бизнеса (рис. 2.1.2).

Несмотря на доминирование торгово-посреднической деятельности, абсолютная величина численности малых предприятий в данном секторе

¹ Виленский А. Этапы развития малого предпринимательства в России // Вопросы экономики. - 1996. - №7. - С.30-35.

экономики за последние 4 года сократилась на 7%. Одновременно число малых предприятий в промышленности, за указанный период времени, увеличилось примерно на 7%, в сельском хозяйстве на - 40%, в здравоохранении на- 55%, в культуре и искусстве на- 15% .



Рис. 2.1.2 Распределение малых предприятий (на 01.01.99 г.) по отраслям экономики

Однако, в период с 1995 г. по 1998 г. общая численность занятых на малых предприятиях сократилась в 1,8 раза. Доля работающих на малых предприятиях, в общей численности работников российских предприятий и организаций, по отраслям экономики, снизилась с 22,7% на начало 1995 г. до 13,2% на начало 1998 г.

Таким образом, изучение состояния развития малого

¹ Второй всероссийский съезд представителей малых предприятий. Малое предпринимательство в России: состояние, проблемы, перспективы. - М., 1999. - 158 с.

предпринимательства в экономике Российской Федерации показывает отсутствие четко выраженных тенденций устойчивого развития данного сектора экономики. Аналогичная нестабильная ситуация характерна для предпринимательского сектора и в Ульяновской области.

Аппроксимация кривых темпов роста численности малых предприятий по Ульяновской области и Российской Федерации наглядно показывает, что с 1997 г. темпы прироста численности малых предприятий в Ульяновской области даже ниже, чем в целом по Российской Федерации (рис. 2.1.3).

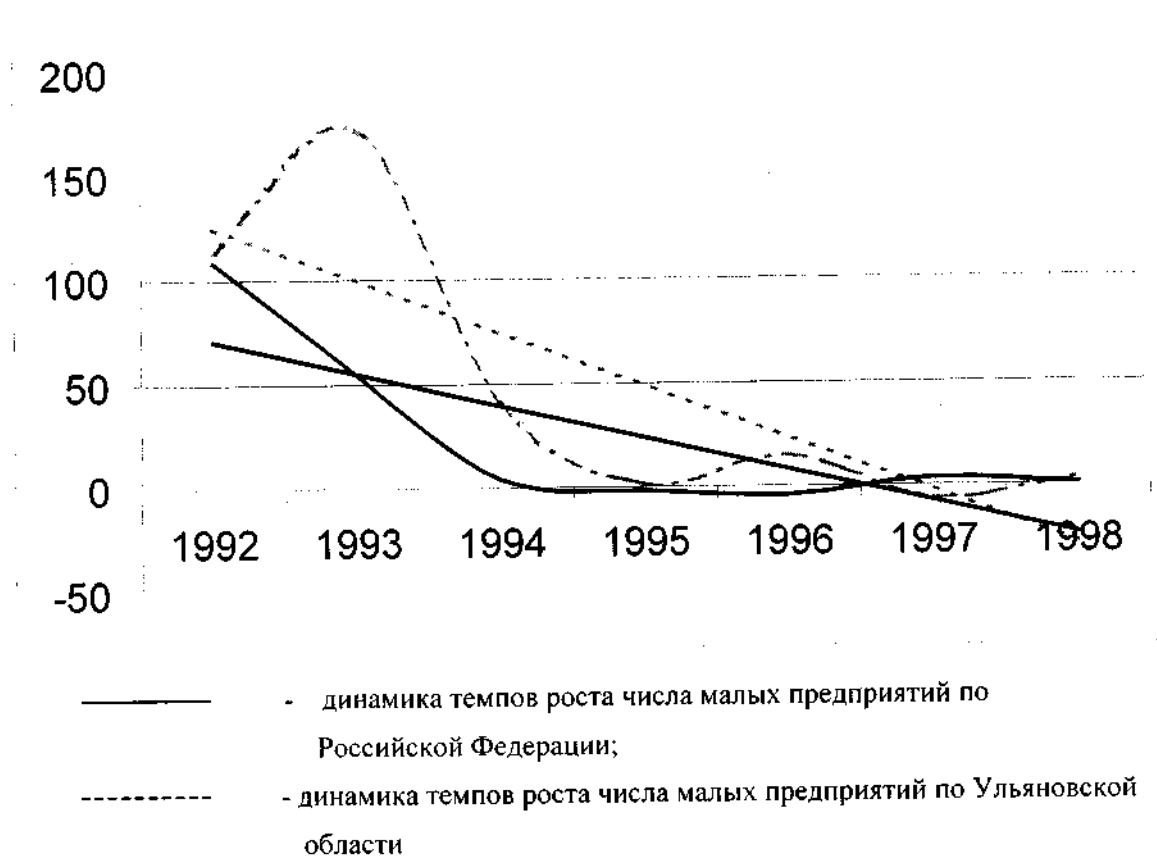


Рис. 2.1.3 Сравнительная характеристика темпов роста численности малых предприятий Ульяновской области и Российской Федерации

На основе анализа данных Ульяновского областного комитета госстатистики и Государственной налоговой инспекции по Ульяновской области, при уменьшении в 1997 г. общего количества малых

предприятий на 280 единиц, произошло пятикратное увеличение количества физических лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью. С учетом этого, общее количество субъектов малого предпринимательства в области возросло в три раза и составило около 30 тысяч. Таким образом, удельный вес малых предприятий составил не более 15% от общей численности субъектов, занимающихся малым предпринимательством.

Несмотря на рост общего числа субъектов малого бизнеса, на наш взгляд, имеются и четко выраженные негативные тенденции. Это - ликвидация юридических лиц как организационных механизмов объединения капитала, которая привела к дезинтеграционным процессам в становлении малого предпринимательства, уменьшению степени управляемости, контроля, а, соответственно, и снижению эффективности развития последних. Не менее важным обстоятельством является то, что в данных условиях малое предпринимательство перестает играть роль стартовой среды развития средних и крупных предприятий.

Данная тенденция отразилась на структуре и численности занятых в сфере малого бизнеса. Так, в 1997 г. общая численность постоянных работников малых предприятий снизилась по сравнению с 1995 г. на 10% и составила около 35 тыс. чел. Однако, общая численность занятых в малом предпринимательстве в 1997 году достигла более 64 тыс. человек. С учетом привлечения работников на условиях совместительства, общий удельный вес малого бизнеса в структуре занятости региона составил около 6%, а с учетом численности индивидуальных предпринимателей - более 10%. Соответственно среднесписочная численность постоянного персонала на предприятиях устойчиво снижается с 21 чел. в 1991 г. до 7 чел. в 1998 г.

Территориальное распределение субъектов малого бизнеса в Ульяновской области на конец 1997 г. выглядит следующим образом: г.Ульяновск -52,2%, при доле численности населения в 47%; г.Барыш с Барышским районом соответственно 19,6 и 3,9%; г. Димитровград - 4,9 и 9,1%; Инзенский, Чердаклинский, Цильнинский районы - 2 и 3%; остальные районы менее 1%. Таким образом, в городах Ульяновске и Димитровграде сосредоточено 57,1% численности субъектов малого бизнеса при доле численности населения в 56,1%, а на 24 административных района, специализирующихся преимущественно на производстве и переработке сельскохозяйственной продукции, приходится соответственно 42,9 и 43,9%, то есть размещение субъектов малого бизнеса в целом пропорционально численности городского и сельского населения. По плотности размещения субъектов малого бизнеса из расчета на 1000 чел. населения можно выделить следующих лидеров: Барышский район 98 субъектов малого бизнеса; г. Ульяновск -21; г.Димитровград - 10.

Однако, принимая во внимание такой показатель, как налоговые отчисления субъектов малого бизнеса, можно говорить о доминирующем преобладании налоговых отчислений на территории городов Ульяновска и Димитровграда, т.е. от 57,1% общей численности субъектов малого бизнеса получено 95,7% всех налоговых отчислений от данного сектора экономики. Наилучший результат был получен в г. Димитровграде -864 руб. на одного жителя, далее г. Ульяновск - 580 руб.; среди сельскохозяйственных районов следует отметить Павловский район -130 руб., Мелекесский район - 73руб., Теренгульский район - 91 руб., наихудшие результаты получены в Базаросызганском районе - 4,5 руб. и Кузоватовском - 1,4 руб. Таким образом, в среднем по указанным городам получено 626руб., а в сельскохозяйственных районах 35 руб. на

одного жителя. В целом же за 1997 г. в виде налоговых отчислений было получено 548,5 млн. деноминированных рублей.

Данные показатели, при условии идентичной работы налоговых служб на всех административных территориях Ульяновской области, можно рассматривать как рейтинг предпринимательской активности территорий. Столь серьезные расхождения в предпринимательской активности городских и сельских районов объясняются рядом причин. Во-первых, это преобладание торгово-посреднической деятельности в отраслевой структуре малого бизнеса: так, при 30,3% количества малых предприятий, занимающихся данным видом деятельности, объем реализации продукции и услуг составил 58,2% от совокупного объема реализации всех малых предприятий, а, как известно, данный вид бизнеса территориально концентрируется в местах с высокой плотностью населения и более высоким уровнем доходов. Во-вторых, удельный вес малых предприятий, занимающихся производством и переработкой сельскохозяйственной продукции, составил всего 0,7%, с совокупным удельным объемом выручки менее 0,1%. Поэтому, одним из основных направлений развития малого предпринимательства в Ульяновской области должно стать формирование условий развития малого бизнеса в сельскохозяйственном секторе экономики.

В целом же отраслевая структура малого предпринимательства Ульяновской области фактически идентична, за исключением некоторых незначительных расхождений, общей отраслевой структуре малого предпринимательства Российской Федерации.

Не менее настораживающим фактом является достаточно высокий удельный вес убыточных малых предприятий: в промышленности - 25,9%; на транспорте - 33,3%; в строительстве - 40%; в торговле и общепите - 27,5%; т.е. в среднем, каждое четвертое малое предприятие

ведет свою деятельность без экономического развития и находится на грани банкротства.

Причины сложившегося положения заключаются не только в ограниченности финансовых средств, выделяемых на поддержку малого предпринимательства, но и в отсутствии развитой инфраструктуры. Можно согласиться с А.Шулусом¹, который выделяет следующие основные проблемы малого бизнеса: неразработанность стратегии поддержки и соответствующих отраслевых, региональных и других приоритетов развития малого бизнеса; неотлаженность механизмов обратной связи и последовательного мониторинга предпринимательской деятельности и состояния потребительского рынка. Таким образом, решение назревших проблем видится в первую очередь в коренном улучшении управления процессами развития малого предпринимательства и важнейшей предпосылкой здесь выступает реализация системного подхода к его исследованию.

Рассматривая особенности современной внешней среды российского предпринимательства, можно выделить исключительную ее подвижность, изменчивость, особенно в финансово-кредитной, законодательной и налоговой системах.

Как показал анализ поэтапного становления системы малого предпринимательства в России, негативные воздействия внешней среды вызывают с его стороны защитные, неуправляемые реакции, так как цивилизованные возможности противостояния деструктивным факторам объективно ограничены небольшими масштабами производства и незначительными объемами используемых ресурсов, в том числе и финансовых. Эту особенность, безусловно, необходимо учитывать при

¹ Шулус А. Субъекты малого предпринимательства и система его государственной поддержки // РЭЖ. - 1996, №5-6.-С.8-11.

формировании государственной и региональной политики в отношении малого бизнеса.

Далее, ввиду того, что малый бизнес объективно несет подчиненную роль в системе отношений с крупным бизнесом, необходимо проводить исследования, позволяющие строить оптимальные производственно-технологические цепочки взаимодействия малого и крупного бизнеса, что естественно позволит формировать оптимальную отраслевую структуру малого предпринимательства.

Учитывая, что предприятия малого бизнеса, как правило, функционируют в условиях местного рынка, характеризующихся высокой степенью неравномерности по таким параметрам, как платежеспособность, структура спроса, уровень конкуренции и др, необходима организация постоянного их мониторинга, что позволит формировать более рациональное территориальное распределение малых предприятий, с их ориентацией на нужды конечных потребителей.

2.2 Особенности государственной системы информационного обеспечения развития малого предпринимательства

Формирование системы информационного обеспечения устойчивого развития малого бизнеса в регионе требует изучения состояния и перспектив развития существующей информационной инфраструктуры региона, ее возможностей удовлетворять информационные потребности субъектов малого бизнеса. Детальный анализ деятельности существующих субъектов информационной инфраструктуры региона предполагает исследование организационно-экономических механизмов сбора и распространения информации, уровня развития их материально-технической базы, обеспеченности кадрами и т.д. Априорно можно

утверждать, что состояние развития региональных информационных структур по каждой из перечисленных позиций не отвечает современным требованиям. Однако, необходимо иметь в виду, что проблемы повышения уровня развития материально-технической базы, обеспеченности кадрами и т.д. носят сугубо тактический характер и их автономное решение не позволит достичь стратегических целей повышения эффективности информационного взаимодействия.

Поэтому основными методическими принципами изучения региональной информационной инфраструктуры, на наш взгляд, являются: анализ их деятельности с точки зрения возможности формирования информационных потоков, адекватных рыночной экономике, и обеспечения создания единого информационного пространства; анализ их деятельности с точки зрения степени соответствия создаваемых информационных продуктов потребностям малых предприятий, находящихся на различных этапах жизненного цикла предпринимательской деятельности.

Таким образом, основной целью анализа является выявление объективных организационных, технических и экономических предпосылок создания специализированной информационной инфраструктуры поддержки малого бизнеса в регионе, способной оказывать эффективное содействие развитию предпринимательского сектора экономики, в рамках формирования единого информационного пространства.

Информационный инфраструктурный комплекс Ульяновской области представлен широким спектром предприятий, организаций, коммерческих фирм, обеспечивающих в той или иной степени информационную поддержку развития малого бизнеса, потенциально способных быть включенными в региональные схемы информационного

взаимодействия. Конкретные механизмы их информационного взаимодействия определяются статусом, организационно-правовой формой, спецификой, основными целями производственно-хозяйственной деятельности и т.д. Традиционно сложилось, что основным системообразующим элементом информационной инфраструктуры в регионе являются государственные органы статистики (областные и городские комитеты по статистике). Поэтому анализ информационного обеспечения развития малого бизнеса целесообразно начать с оценки их информационного взаимодействия с государственными органами статистики.

В целом деятельность государственных органов статистики регламентируется соответствующими нормативно-законодательными актами, сбор информации ведется согласно утвержденным инструкциям и нормативам и статистическим формам, число которых составляет более двухсот.

Статистические службы передают статистическую информацию на бесплатной основе только региональным и федеральным властям. Всем остальным хозяйствующим субъектам информация передается только на коммерческой основе по достаточно высоким тарифам. Статистическая информация фактически полностью стала недоступной для высших учебных заведений, общественных, исследовательских организаций, субъектов малого бизнеса по причине низкой их платежеспособности. Таким образом, происходит дискриминация ряда хозяйствующих субъектов, заключающаяся в том, что собранная и обработанная на средства налогоплательщиков информация, является им же практически недоступной.

Подробное изучение состава накапливаемой информации на предмет ее адекватности отражения современных социально-экономических

процессов, возможности ее целевого использования в решении проблем развития малого предпринимательства, является сложным вопросом и, прежде всего, по причине субъективного характера информационных потребностей.

Тем не менее, попытаемся определить потенциал региональных органов статистики с точки зрения возможного информационного обеспечения ими жизненного цикла предпринимательской деятельности. В таблице 2.3.1 приведен анализ деятельности комитета государственной статистики по Ульяновской области в разрезе отдельных его подразделений, характера предоставляемой информации, а также результатов проведенного социологического опроса о степени доступности соответствующей информации и уровня ее значимости, в зависимости от этапов жизненного цикла предпринимательской деятельности.

Таблица 2.3.1

Анализ информационного обеспечения жизненного цикла предпринимательской деятельности региональными органами статистики

Наименование отделов областного управления статистики	Содержание информации	Уровень значимости информации (в дол. ед.)	Этапы ЖЦПД, на которых востребуется информация
1	2	3	4
Отдел сводно-информационный и приватизации	социально-экономическое положение Ульяновской области; показатели ведущих отраслей экономики Ульяновской области	0,2	1 и 5
Отдел статистики производства промышленной продукции	Основные показатели промышленности (объем производства, среднемесячная зарплата и др.); движение работников в промышленности; деловая активность промышленных предприятий (использование производственных мощностей, инвестиции, прибыль); состояние производственных основных фондов (стоимость, отраслевая структура, обновление и т.д.)	0,3	1 и 5

Продолжение табл. 2.3.1

1	2	3	4
Отдел статистики сельского хозяйства и продовольствия	Основные показатели, характеризующие экономику аграрного сектора области (посевные площади, урожайность и т.д.); структура подотраслей с/х (финансовые результаты, основные фонды, поголовье скота, объемы производства и т.д.)	0,3	1 и 5
Отдел статистики строительства и инвестиций	Показатели характеризующие инвестиционную и строительную деятельность в Ул. обл.; объемы и цены подрядных работ; продукция строительной индустрии; показатели ведущих строительных фирм; численность и среднемесячная зарплата в строительстве; структура затрат и др.	0,4	1,2,3 и 5
Отдел статистики: - транспорта и связи,	Показатели о деятельности предприятий всех видов транспорта; наличие автомобильного транспорта в отраслях экономики и по индивидуальным владельцам;	0,2	1,5
- инноваций	данные о научном потенциале области: кадры науки и их подготовка, расходы на научные исследования, материально-техническая база; сведения о вновь созданных образцах новой техники	0,3	5
Отдел статистики внешнеэкономической деятельности	Экспорт (импорт) услуг, продукции по внешнеэкономической деятельности; объемы продаж товаров и продукции оптово-посредническими фирмами; движение природных, энергетических и иных ресурсов; деятельность совместных предприятий; и др.	0,4	1,2,3, 5
Отдел статистики товарных рынков и торговли	Основные показатели торговли (общий объем розничного товарооборота, товарные запасы); деловая активность предприятий торговли (уровень торговых наценок, экономическое положение, прибыль); наличие импортных товаров в продаже и источники их поступления; и др.	0,5	1,2,3, 5
Отдел статистики труда	Показатели рынка труда Уль.обл.; деятельность малых предприятий; условия труда работающих; среднемесячная заработная плата по отраслям; подготовка кадров; движение рабочей силы	0,2	2,3
Отдел статистики платных услуг и жилищно-коммунального хозяйства	Показатели жилищного фондам (площадь, темпы строительства, коммунальные хозяйства); показатели платных услуг населения (стоимость, объемы, рентабельность)	0,4	2,3
Отдел статистики уровня жизни населения	Структура потребительских расходов; уровень жизни населения Ул. обл.; распределение доходов между отдельными группами населения;	0,5	1,5
Отдел администрации регистра	реестр предприятий по отраслям, формам собственности; общероссийский классификатор видов экономической деятельности	0,1	

1	2	3	4
Отдел статистики социальной сферы	Показатели деятельности образования и культуры; показатели характеризующие здоровье населения; состояние окружающей среды (затраты, выбросы)	0,1	
Отдел статистики цен	Уровень цен и тарифов в потребительском и производственном секторах экономики Ул. обл.; уровень цен и индексов цен в отраслях экономики Улб. обл.; уровень инфляционных процессов в экономике Уль.обл.; прожиточный минимум; индексы цен по капитальным вложениям; стоимость недвижимости на первичном и вторичном рынке	0,6	2,3,4
Отдел демографическ ой статистики и переписи населения	Структура населения Уль.обл.(городское и сельское, возрастные группы); естественное движение населения (рождаемость, смертность); миграция населения	0,3	1,5
Ульяновский городской отдел госстатистики	Социально-экономическое положение г. Ульяновск; показатели отраслей г.Ульяновск в разрезе районов города; приватизационные процессы; показатели товарооборота; капитальное строительство; рынок труда и инвестиций; и т.д.	0,3	1,2,3,5
Отдел статистики финансов, национальных счетов и экономических балансов	Сведения о состоянии расчетов на предприятий (дебиторская и кредиторская задолженность в т.ч. бюджет, государственные внебюджетные фонды); оперативные данные о ежемесячных доходах и расходах населения; сводные данные по балансам предприятий; Валовой региональный продукт по отраслям; и т.д.	0,4	1,5

Результаты социологического опроса, проведенного среди 86 директоров малых предприятий Ульяновской области, специализирующихся в различных видах деятельности (производственной, торгово-посреднической, телекоммуникационной), показывают, что, по их мнению, статистическая информация имеет низкий уровень значимости в информационном обеспечении предпринимательской деятельности (средний уровень значимости оценен в 0,46 при максимальной оценке в 1,0). В рейтинге оценок значимости статистической информации на первом месте находится раздел «отдел статистики цен». Однако и здесь не был набран высший балл (0,6 из 1) в связи с тем, что органы статистики предоставляют сводные показатели

по ценам и, тем самым, «обезличивают» информацию. То есть данная информация может служить только ориентиром, контролем при заключении сделок, и не приводит к увеличению интенсивности последних.

В то же время, проведенная нами экспертиза содержания информации, подготавливаемой различными структурными подразделениями органов статистики, на предмет возможного ее использования в информационном обеспечении этапов жизненного цикла предпринимательской деятельности, показала наличие возможности более широкого ее применения в информационном обеспечении отдельных этапов развития предпринимательской деятельности, в частности, при разработке и становлении бизнес идеи, организации и освоении производства, построении новых моделей развития. Низкий уровень понимания важности статистической информации в предпринимательской деятельности вызван, во-первых, самой спецификой сложившихся деловых отношений в малом предпринимательстве, а именно низкой производственной, инновационной составляющей и преобладанием коммерческой, где в большей степени требуется оперативная информация. Во-вторых, безусловно, в том виде, в котором статистическая информация может быть доведена до предпринимателей, требуется соответствующая «доводка» до состояния возможного ее использования в практической деятельности. По причине отсутствия на малых предприятиях соответствующих специалистов решение данной задачи проблематично. Поэтому, на наш взгляд, должно существовать промежуточное звено на пути движения информации от региональных органов статистики к конечным потребителям - предпринимателям.

Другим не менее существенным препятствием в информационном

взаимодействии предпринимателей и органов статистики является стоимость информационных услуг. В таблице 2.3.1 отсутствует графа, характеризующая степень доступности предпринимателя к информации. Связано это с тем, что понимая доступность как общую возможность получения статистической информации ее степень можно оценить высшим баллом (10 баллов по 10-балльной шкале). Если же оценивать доступность информации с точки зрения ее стоимости, то степень ее доступности резко дифференцируется в зависимости от характера информации и финансовых возможностей конкретного предпринимателя. Так, стоимость годового информационного обслуживания предпринимательской деятельности отделом статистики цен, составляет более 30 тыс. руб., стоимость же всего годового пакета информационных продуктов комитета государственной статистики области - 150 тыс. руб., что сопоставимо со средним годовым доходом предпринимателя Ульяновской области.

Таким образом, достаточно высокий уровень стоимости статистической информации и определенная ее неподготовленность к непосредственному использованию, с одной стороны, и явная недооценка ее значимости, с другой стороны, не позволяют осуществлять эффективное информационное взаимодействие предпринимателей и органов государственной статистики.

Все вышесказанное позволяет утверждать, что основным направлением повышения степени использования информационного потенциала органов статистики является формирование организационных структур аналитической обработки статистической информации в целях придания ей большей степени полезности в системе информационного обеспечения жизненного цикла предпринимательской деятельности. При осмыслении значимости более «подготовленных»

информационных продуктов, возможно и снижение стоимости последних за счет расширения количества их пользователей.

Другим полноправным и потенциально более активным участником информационного взаимодействия с субъектами малого предпринимательства являются региональные органы управления, которые, с одной стороны, являются «держателями» громадных объемов социально-экономической информации (в том числе и по причине возможности получения бесплатной информации от государственных органов статистики) и, с другой стороны, имеют широкие возможности, при условии разработки соответствующих механизмов, информационного воздействия на интенсификацию протекания тех или иных социально-экономических процессов в предпринимательской среде. Следуя предложенным ранее методическим подходам, в таблице 2.3.2 приведен анализ потенциала региональных органов управления с точки зрения возможного информационного обеспечения ими жизненного цикла предпринимательской деятельности, в основе которого также использованы результаты социологического опроса 78 директоров малых предприятий Ульяновской области.

Таблица 2.3.2

Анализ информационного обеспечения жизненного цикла
предпринимательской деятельности региональными органами
управления

Наименование региональных органов управления	Содержание информации	Степень доступа предпринимателей к информации (в бал.: от 0 до 10)	Уровень значимости (в дол. ед.)	Этапы жцпп на которых востребуется информация
1	2	3	4	5
Комитет по экономике	- стат. информация по региону -аналитические материалы по состоянию и тенденциям развития региона	2	0,7	1,5
Комитет по недвижимости	-реестр использования гос имущества -результаты приватизации -информация о недвижимости	4	1	2,3

Продолжение табл. 2.3.2

1	2	3	4	5
Фонд имущества	-аренда, лизинг гос имущества и предприятий банкротов	6	1	2,3
Комитет по собственности и инвестициям	-анализ и оценка инвестиционных процессов -распределение государственных инвестиций по программам -анализ государственной собственности	3	0,4	5
Отдел внешнеэкономических и межрегиональных связей	-сопоставительный анализ регионов -анализ экспорта и импорта -привлечение инвестиций в область	3	0,4	1,5
Управление финансов Ульяновской области	- информация о расходовании бюджетных средств	0	0,6	5
Государственная налоговая инспекция	-информация о налоговых поступлениях; - информация о соответствующих должниках;	0	0,5	4
Арбитражный суд	-информация о неблагонадежных предприятиях и фирмах	2	0,7	2,3,4,5
Антимонопольный комитет	-анализ рекламы -анализ ценовой политики	8	0,2	4
Областной центр занятости	-информация о специалистах в Ульяновской области; -информация о состоянии и тенденциях развития рынка труда.	4	0,8	2,3
Комитет по лицензированию и акцизах	-информация о крупных поставщиках	3	0,8	2,3
Главное управление ЦБ РФ по Ульяновской области	-анализ и оценка деятельности банков и финансовых структур в регионе -информация о ценных бумагах	0	0,9	2,3,4
Комитет по земельным ресурсам	-учет и оценка земельных ресурсов -оценка полезных ископаемых	9	0,8	2,3
Комитет по лесу	-информация по лесным хозяйствам	9	0,6	2,3
Комитет по охране природы	-экологическая обстановка	5	0,5	1,2,3,5
Внебюджетные фонды	информация по должникам	0	0,6	4

Как видно из таблицы 2.3.2, средний уровень значимости данной информации, по оценкам предпринимателей, выше, чем по статистической информации. Так уровень значимости информации о недвижимости соответствует высшей ее оценке - 1,0; информация о деятельности финансовых структур - 0,9; информация о конкретных специалистах и рынке труда, крупных поставщиков, земельных ресурсов - 0,8; в среднем же уровень значимости оценивается в 0,68. Общий повышенный интерес предпринимателей к данной информации объясняется более конкретным и оперативным ее содержанием. Кроме того, обращает на себя внимание тот факт, что информация, которой располагают структурные подразделения государственных органов управления, соответствует информационным потребностям предпринимателей, находящихся практически на любых этапах своего развития. То есть, приводимая в таблице 2.3.2 информация необходима предпринимателю для разработки бизнес-идей и организации производства, а также для ведения оперативной коммерческой деятельности, обоснования диверсификации производства и поиска новых рыночных ниш.

Степень доступа предпринимателей к информации имеет широкий диапазон оценок от 0 до 9 баллов из 10 возможных. В среднем степень доступа к информации оценивается в 3,6 баллов.

Несмотря на то, что каждое структурное подразделение государственных органов управления имеет свою специфику, их деятельность в аспектах информационного взаимодействия с внешней средой поддается обобщению, что и позволило сделать следующие выводы:

выдача информации хозяйствующему субъекту носит разрешительный характер;

- должностные инструкции не регламентируют обязанности должностных лиц о выдаче достоверной и полной информации;
- отсутствует должный уровень информационного взаимодействия структурных подразделений территориальных органов управления;
- ввиду отсутствия эффективной информационно-вычислительной системы сбора, обработки и распределения информации обслуживание клиентов требует длительного времени;

часть информации неоправданно закрыта для доступа хозяйствующих субъектов, например: информация о наличии и использовании государственной собственности, бюджетных средств; информация о деятельности банков; информация, характеризующая экологическую обстановку и др.

Проведенный анализ свидетельствует об отсутствии целостной системы информационного взаимодействия региональных органов управления с субъектами малого предпринимательства, что приводит к дискретному, непрозрачному, нерегламентированному, субъективному доступу последних к информации о региональных социально-экономических процессах. На наш взгляд, представляется целесообразным в рамках региональных органов управления создать внутреннюю информационно-аналитическую структуру, отработав при этом организационно-экономические, правовые и другие аспекты ее деятельности. Основная идея в данном случае заключается в том, чтобы обеспечить информационное взаимодействие субъектов предпринимательства с государственными органами управления не напрямую, а опосредованно, через соответствующую информационно-аналитическую структуру.

2.3 Проблемы коммерциализации информационного обеспечения

Наряду с государственными структурами в регионе существует ряд коммерческих структур являющихся самостоятельными (независимыми) субъектами рыночной экономики и специализирующихся на производстве различного рода информационных продуктов. В зависимости от характера оказываемых информационных услуг, их можно условно разбить на две основные группы: информационно-рекламные и информационно-аналитические.

Типичным представителем информационно-рекламной группы является фирма ООО «Лунный свет». Информационная деятельность данной фирмы заключается в распространении рекламных, справочных и информационных материалов и их комбинаций.

Наибольший интерес вызывает технология распространения рекламных материалов (80% от общего объема услуг), так как в ней представлен механизм мониторинга предприятий. Принципиальная схема технологии распространения рекламных материалов, подготавливаемых ООО «Лунный свет», представлен на рис. 2.3.1

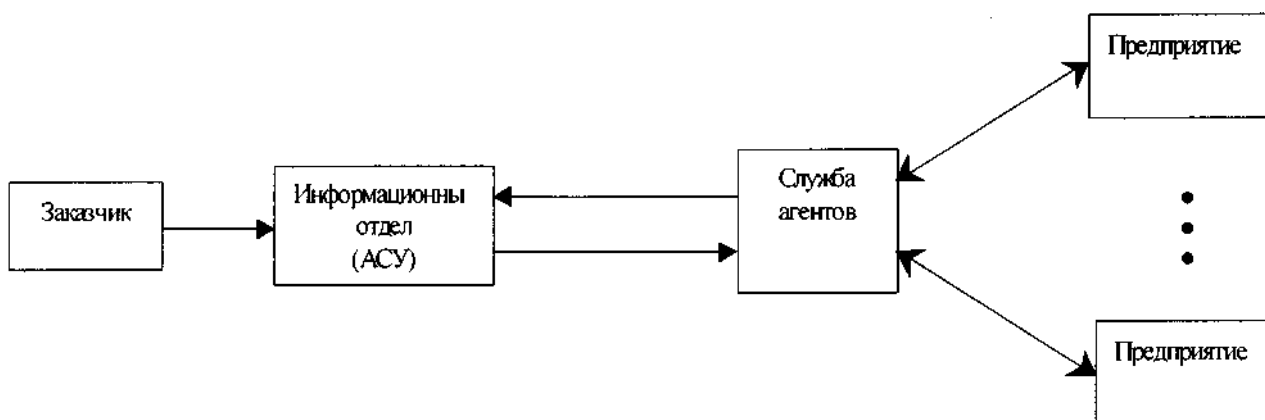


Рис.2.3.1 Принципиальная схема технологии распространения рекламных материалов

Как видно из данной схемы заказчик делает заказ на подготовку рекламной продукции и ее распространение по предприятиям. Содержание рекламных продуктов включает, как правило, следующие информационные позиции: наименование предприятия и его реквизиты; вид деятельности; перечень предоставляемых товаров и услуг. Адреса предприятий, являющихся потенциальными пользователями изготовленных рекламных продуктов, передаются в службу агентов, где разрабатываются соответствующие маршруты их обхода. Распространяя рекламную продукцию на предприятиях региона, агенты одновременно занимается сбором аналогичной информации.

Таким образом формируется и корректируется соответствующая информационная база. В настоящее время автоматизированная база данных включает более 1000 крупных, средних и малых предприятий, расположенных на территории города. Это позволяет ООО «Лунный свет» изготавливать собственные телефонные (коммерческие) справочники, содержание которых, как правило, ничем не отличается от содержания рассмотренных выше рекламно-информационных продуктов. В рамках данной деятельности фирма проводит расширенный мониторинг строительных компаний Ульяновской области, информацию о которых передает эксклюзивному партнеру в лице московского информационного агентства «Могта», являющегося одним из респондентов таких информационно-аналитических журналов как «Эксперт» и «Коммерсантъ».

Подробный анализ технологии разработки, распространения информационных и аналитических продуктов ООО "Лунный свет" позволил выявить следующие ее особенности:

- существует продолжительный временной лаг (от 3 до 6 месяцев) от

момента получения соответствующей информации до момента доведения до широкого круга пользователей;

- пополнение информационной базы зависит от поступления заказов на изготовление рекламно-информационной продукции.

Кроме того, на рубеже второго тысячелетия вызывает определенные сомнения «прогрессивность» сбора и информации через систему агентов.

Таким образом, несмотря на то, что малые предприятия включены в орбиту данного информационного взаимодействия, его результативность нельзя признать удовлетворительной. Характер информационных продуктов, подготавливаемых ООО «Лунный свет» позволяет фрагментарное их использование только на некоторых этапах развития предпринимательской деятельности. То есть данная фирма, по причине особенностей организации собственной деятельности, используемой технологии, оперативности предоставляемой информации и т.д., неспособна обеспечить информационное сопровождение предпринимательской деятельности на всех этапах ее развития. Аналогичные выводы получены в процессе анализа деятельности ООО «Мозаика», также являющегося типичным представителем рекламно-информационных структур, расположенных на территории Ульяновской области.

Фактически единственным представителем информационно-аналитического комплекса в Ульяновской области является ООО «Маркетинговый центр», распределение видов деятельности которого представлено следующим образом: распространение рекламной продукции - 10% удельного веса в общем объеме производства; проведение маркетинговых исследований - 40%; прочие посреднические услуги - 50%. Таким образом, можно сразу отметить, что

информационно-аналитические услуги составляют менее половины общего их объема. Предпосылками этого являются не низкий спрос на аналитическо-информационную продукцию, а высокие расценки на нее. В частности, такие услуги как позиционирование товара на рынке, определение уровня конкуренции оцениваются в среднем от 50 до 100 тыс. руб., что делает их недоступными малым и даже средним предприятиям.

Таким образом, изучение деятельности государственных органов статистики и регионального управления, а также рекламно-информационных и информационно-аналитических коммерческих структур, свидетельствует об отсутствии в регионе целостной системы региональной информационной инфраструктуры и катастрофически низком вкладе разрозненных ее элементов в решении проблем информационного обеспечения субъектов малого бизнеса. Сложившаяся в регионе схема информационного взаимодействия субъектов малого бизнеса и элементов информационного инфраструктурного комплекса представлена на рисунке 2.3.2.

Как видно из данной схемы, отсутствие целостной системы региональной информационной инфраструктуры привело к формированию своеобразной схемы информационного взаимодействия субъектов малого бизнеса. Анализ структуры и направленности информационных потоков, в том числе характеризующих обратные связи, показал их дискретность, не комплексность и наличие разнообразных препятствий на пути движения информации (высокая стоимость информационных услуг, нерегламентированность информационных потоков, субъективизм в оценке значимости информации).

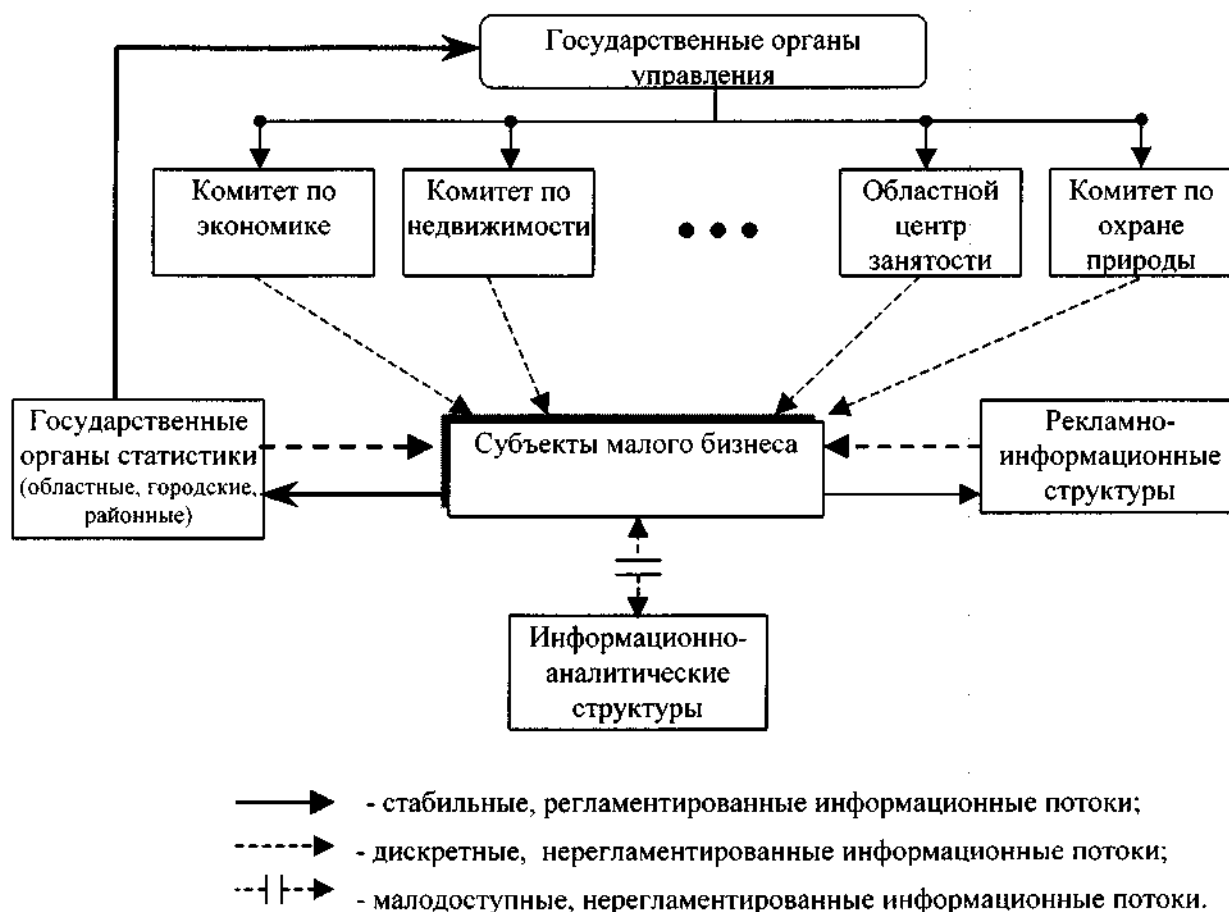


Рис.2.3.2 Сложившаяся схема информационного взаимодействия субъектов малого бизнеса и элементов региональной информационной инфраструктуры

Создание целостной региональной информационной инфраструктуры, адекватной рыночным информационным потокам требует совершенствования организационно-экономического, правового и других механизмов информационного взаимодействия, что может быть достигнуто на основе разработки и реализации соответствующих целевых программ. В этой связи представляется целесообразным проведение анализа разрабатываемых ранее региональных программ поддержки предприятий малого бизнеса в аспекте совершенствования информационного обеспечения их развития.

В 1998 году в Ульяновской области была принята программа поддержки развития малого бизнеса, в которой представлен

специализированный раздел по развитию информационного обеспечения субъектов малого бизнеса. Авторами программы заложена положительная тенденция расширения территориального аспекта формирования информационных структур на базе центров поддержки малого предпринимательства и обучения в районах, что, несомненно, может привести к более широкому распространению информационных продуктов среди предпринимателей, и, соответственно, к созданию предпосылок формирования системы мониторинга малых предприятий в Ульяновской области. Но наряду с этим можно отметить отсутствие мероприятий, связанных с внедрением новых информационно-коммуникационных технологий. Соответственно, не определены принципы взаимодействия информационных и коммуникационных структур, организационно-экономические механизмы их функционирования и, как следствие этого, данная программа не в полной мере решает проблему информационного взаимодействия между информационной инфраструктурой и субъектами малого бизнеса.

Также необходимо отметить, что в программе выделяются две основные составляющие информационного обеспечения: информационно-консультационное (информационные каталоги и базы данных) и информационно-аналитическое (проведение проблемных научных семинаров по проблемам малого бизнеса в регионах). Данный подход, на наш взгляд, в целом формирует положительные направления в развитии комплексного информационного обеспечения развития малого бизнеса. Однако, анализируя качественное содержание предполагаемых информационных продуктов, необходимо отметить их информационную ограниченность и невозможность использования в оперативной деятельности.

Наибольший интерес представляет раздел программы именуемый

«Компенсация части затрат малых предприятий и предпринимателей на информационное и консультационное обслуживание за счет Фонда поддержки малого предпринимательства в Ульяновской области», целью которого является создание льготных условий доступа малых предприятий к информации. Приходится констатировать, что данная идея, к сожалению, не получила дальнейшего развития и поэтому практически не реализована. Основная причина этого заключается опять же в том, что не разработан организационно-экономический механизм финансового и информационного взаимодействия Фонда поддержки, предлагаемых к созданию информационных структур и конечных потребителей информационных продуктов.

В целом, на наш взгляд, разработанная программа поддержки малого бизнеса в части совершенствования их информационного обеспечения не способна достичь поставленных целей по следующим причинам:

- цели и задачи развития информационной инфраструктуры поддержки развития малого бизнеса в регионе четко не определены, а соответственно, не указаны приоритеты направлений ее развития;

- отсутствует модель информационных потоков, являющаяся прообразом модели информационной инфраструктуры региона;

- не выявлены направления, а тем более не разработаны принципы и методы организационно-экономического механизма информационного взаимодействия субъектов малого бизнеса и элементов региональной информационной инфраструктуры;

- не определены возможности и направления межрегиональной информационной интеграции.

Таким образом, по причине отсутствия эффективной региональной программы информационной поддержки предприятий малого бизнеса, несовершенства организационных, административных и экономических

механизмов производства и распространения информации, подавляющее большинство субъектов малого бизнеса находится в своеобразном информационном вакууме и вынуждено определять направления развития и принимать управленческие решения, основываясь преимущественно на собственном опыте и личных наблюдениях.

Не претендуя на разработку региональной комплексной программы поддержки малого бизнеса, считаем, что одним из основных ее разделов должен быть раздел, отражающий объективную необходимость создания в регионе специализированной информационной структуры, позволяющей упорядочить или вновь сформировать информационные потоки, связывающей производителей и потребителей информации, и, что самое главное, разработки организационно-экономических механизмов, обеспечивающих и стимулирующих их информационное взаимодействие.

Исходя из вышеизложенного, необходимо переориентировать систему государственного управления развитием малого бизнеса от хаотического, слабо обоснованного распределения и перераспределения скудных производственных ресурсов на научно обоснованную систему информационного обеспечения, обеспечивающего снижение степени неопределенности ведения предпринимательской деятельности и повышение ее эффективности.

Глава 3. Механизмы информационного обеспечения и управления развитием системы малого предпринимательства

3.1. Разработка организационно-экономической модели региональной структуры информационного обеспечения

В настоящее время в Российской Федерации еще не сформирован единый концептуальный подход по созданию и развитию отдельных видов объектов инфраструктуры поддержки развития малого предпринимательства и обеспечению комплексной стратегии их деятельности. Существующие объекты инфраструктуры, такие как технопарки, бизнес-инкубаторы, инновационные центры, лизинговые компании, информационно-аналитические центры и т.п., созданные на основе реализации федеральных и региональных программ поддержки развития малого предпринимательства, не обеспечивают решения поставленных задач. Причина данного положения заключается не столько в недостатке государственных финансовых ресурсов, выделяемых бюджетами различных уровней, сколько в отсутствии полного понимания сущности и назначения отдельных объектов инфраструктуры, а также в неразработанности научно-методических основ формирования организационных и экономических механизмов реальной поддержки малого предпринимательства.

Таким образом, малое предпринимательство наравне с другими субъектами рынка использует в своей деятельности существующую инфраструктуру экономики страны. Вследствие этого малые предприятия объективно находятся в неблагоприятных условиях ведения хозяйственной деятельности на рынке по причине отсутствия возможностей конкурировать с более крупными фирмами по таким параметрам, как доступ к финансово-кредитным ресурсам, освоение

новой продукции, повышение квалификации кадров, приобретение современных технологий, изучение конъюнктуры рынка, получение аналитической и иной информации и т.д. Для минимизации негативного воздействия этих факторов, а также для раскрытия присущего малому предпринимательству динамизма и гибкости, необходимо развитие инфраструктуры, ориентированной на удовлетворение различных потребностей субъектов малого бизнеса. Связующим звеном в системе инфраструктуры поддержки развития малого бизнеса, должна стать специализированная информационная инфраструктура, способная обеспечивать должный уровень информационного взаимодействия малых предприятий, органов управления, предприятий инфраструктурного комплекса и других субъектов экономики.

Результаты проведенных исследований позволяют сформулировать следующие критерии, которым должна соответствовать информационная инфраструктура:

- формирование и развитие целенаправленных информационных потоков;
- развитие интеграционных процессов в информационном взаимодействии;
- обеспечение замкнутости цикла производства информационного продукта, начиная от процедуры целенаправленного сбора информации, ее систематизации;
- обеспечение системности информационного взаимодействия, выражающейся в удовлетворении информационных потребностей субъектов малого бизнеса с учетом этапов жизненного цикла предпринимательской деятельности;
- возможность государственного участия в управлении (регулировании) процессов информационного взаимодействия.

Наиболее перспективным направлением развития информационного

взаимодействия субъектов рыночной экономики является упорядочение и развитие горизонтальных информационных потоков, разграничение информационных и материально-финансовых потоков. Поэтому, на наш взгляд, может быть предложена следующая схема организации и направленности информационного взаимодействия предприятий малого бизнеса с объектами инфраструктуры, органами управления, прочими хозяйственными системами (рис.3.1.1).

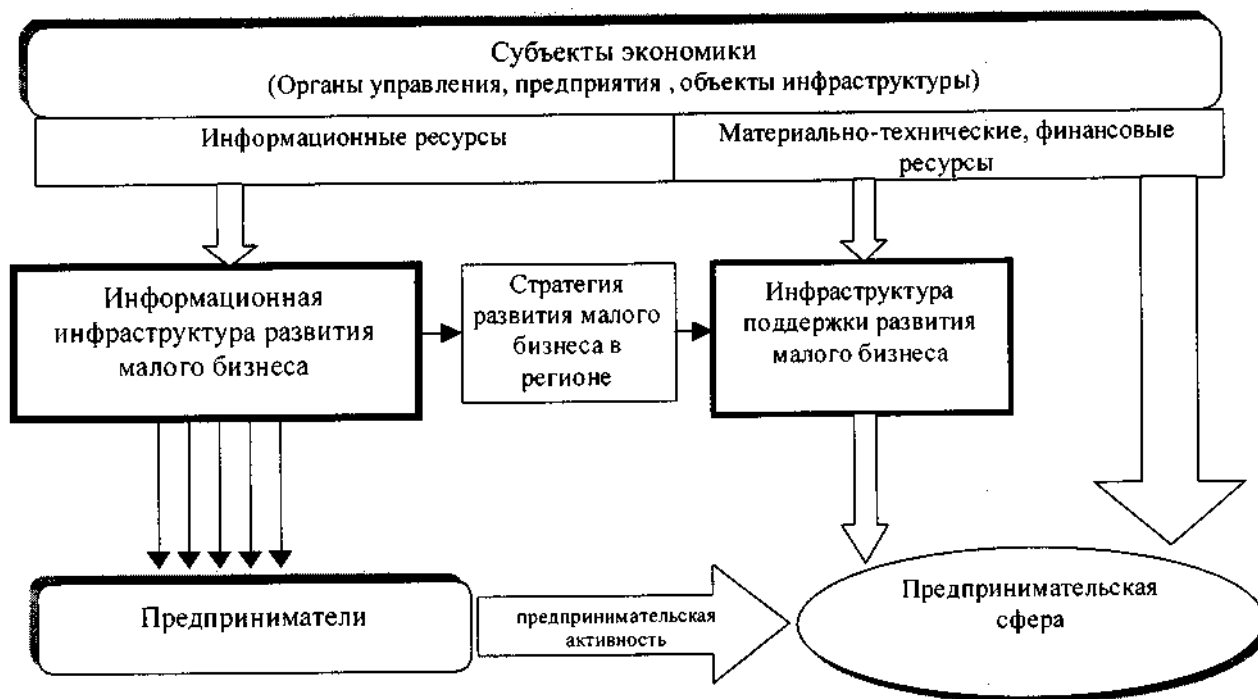


Рис. 3.1.1 Схема информационного обеспечения развития малого бизнеса

Основными специфическими особенностями организации информационного взаимодействия, представленного на рисунке 3.1.1 являются: формирование целенаправленных информационных потоков, обеспечивающих концентрацию информации, в рамках предлагаемой информационно-аналитической структуры; обеспечение системности информационного взаимодействия; создание полноценных информационных предпосылок для разработки стратегии, планов и прогнозов развития малого бизнеса.

Развитие данной схемы предполагает разработку такой модели

организационной структуры, которая бы способствовала совершенствованию территориального информационного взаимодействия в рамках отдельно взятого региона и обеспечивала возможность интеграции данной системы на федеральном уровне. Поэтому в основе построения модели организационной структуры может быть использован принцип территориальный департаментализации, который предполагает формирование территориальных представительств информационно-аналитической структуры.

Необходимость формирования территориальных представительств вызвана, в первую очередь, низким уровнем развития коммуникационных технологий на базе компьютерных сетей (основными способами получения информации являются личные встречи и телефонная связь), и, кроме того, целесообразностью «приближения» к потребителю производителя информационных продуктов. С целью минимизации издержек на создание и функционирование территориальных представительств необходимо максимально использовать сложившиеся в настоящее время инфраструктурные и управленческие системы. Поэтому территориальные представительства целесообразно создавать при органах территориального управления в рамках каждого административного района или при территориальных представительствах существующей инфраструктуры поддержки развития малого бизнеса.

Модель взаимодействия информационно-аналитического центра и его территориальных представительств может быть представлена следующим образом (рис. 3.1.2):

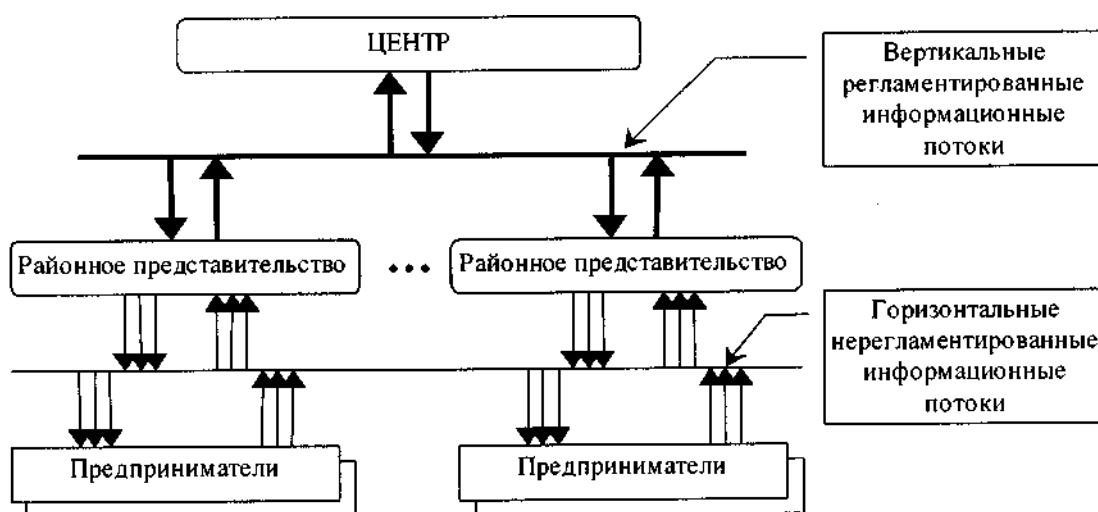


Рис. 3.1.2 Схема территориальных представительств информационно-аналитической структуры

В соответствии с данной схемой, все территориальные представительства имеют иерархическую подчиненность «центру», исполняют роль локального информационного буфера в системе информационного обмена между «центром» и предпринимателями, а информационное взаимодействие между ними осуществляется по регламентированным вертикальным информационным потокам.

Основная производственная функция информационно-аналитической

структуры, а именно - подготовка соответствующих информационных продуктов, реализуется в «центре». Роль территориальных представительств заключается в распространении информационных продуктов среди предпринимателей, функционирующих на соответствующей территории и, одновременно, в обеспечении мониторинга предпринимательской среды, доведении до «центра» первичной информации. При этом достигается определенная замкнутость цикла производства, начиная от процедуры целенаправленного сбора информации, ее классификации и систематизации, автоматизированной обработки, анализа и заканчивая

распространением конечных информационных продуктов.

Дальнейшее развитие модели связано с организационным построением «центра» информационно-аналитической структуры, общий контур которого должен быть, с одной стороны, реальным отображением особенностей технологического процесса производства информационных продуктов, с другой, ориентирован на возможность создания информационных продуктов, учитывающих специфику деятельности предприятий малого бизнеса и, в частности, различие уровней и этапов их развития.

В соответствии с необходимостью осуществления замкнутого производственного цикла производства информационных продуктов, в составе «центра» целесообразно выделить следующие производственные подразделения: информационно-технологическое, информационно-аналитическое.

Информационно-технологическое подразделение является вспомогательной службой в структуре информационной инфраструктуры. Ее целью является организация информационно-технологического обеспечения производства информационных продуктов. Организационная структура информационно-технологического подразделения должна строиться на принципах функциональной департаментализации, что способствует повышению уровня квалификации сотрудников на основе их специализации, упрощает систему контроля производственного процесса, стимулируют повышение производительности труда. Указанные преимущества, на наш взгляд, преобладают над определенными недостатками формирования организационной структуры на принципах функциональной департаментализации (возможность наличия производственных конфликтов между специалистами разных функциональных отделов, вероятность возникновения узких мест при

взаимодействии отдельных подразделений и др.).

В задачи отдела информационного обеспечения входит организация входных информационных потоков и предварительная обработка поступающей информации. Соответственно, бюро снабжения информации выполняет следующие функции: заключение и отслеживание договоров с такими источниками информации, как государственные органы статистики, информационные подразделения органов управления, средства массовой информации и т.д.; организация сбора оперативной информации через территориальные представительства. Бюро систематизации информации выполняет следующие функции: переработка поступающей информации в электронный вид; классификация и автоматизация информации. Таким образом, отдел информационного обеспечения формирует систему внутренних информационных массивов, которые впоследствии используют основные отделы. Необходимость наличия служб сбора и систематизации информации объясняется также отсутствием единого информационного пространства, т.е. единых механизмов накопления, систематизации, обработки и распространения информации регионального уровня.

Основная задача отдела технологического обеспечения заключается в организации технологического процесса производства информационных продуктов. Основной функцией бюро обслуживания технологического комплекса являются: комплектование и обслуживание технических средств производства: вычислительного и коммуникационного оборудования, копировальной и другой техники. Основными функциями бюро разработки программного обеспечения являются: разработка информационных технологий, снижающих трудоемкость производства информационных продуктов и повышающих их качество; администрирование внутренней информационной сети.

Таким образом, организационная структура информационно-технологического подразделения может быть представлена в следующем виде (рис. 3.1.3):

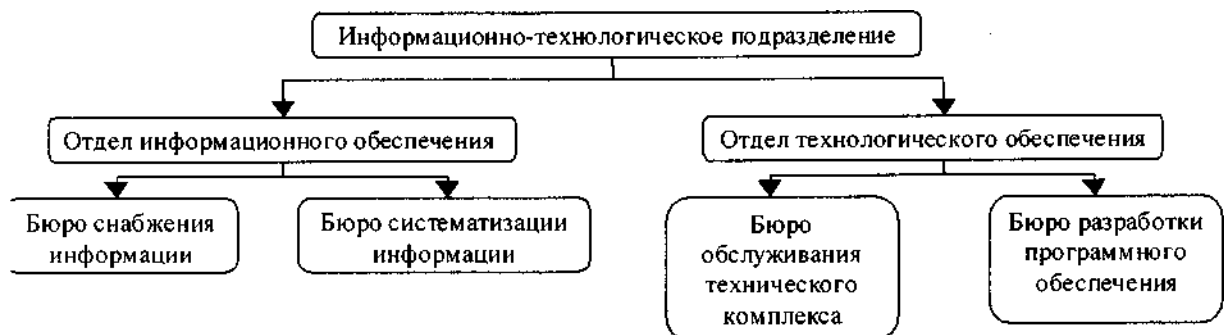


Рис. 3.1.3 Организационная структура информационно-технологического подразделения

Выделение отдела информационного обеспечения в отдельную вспомогательную службу вызвано тем, что для производства различного типа информационных продуктов информационно-аналитическими отделами зачастую требуется идентичная информация. Поэтому имеет смысл, на основе анализа и систематизации информационных потребностей производственных отделов, формировать в рамках структуры собственные производственные информационные массивы, выступающие своеобразным исходным материалом для дальнейшей его

переработки в информационно-аналитическом подразделении.

Центральным звеном в организационной структуре является информационно-аналитическое подразделение, выполняющее функции своеобразного основного производства. Результаты проведенных исследований позволили выявить специфические информационные потребности предприятий малого бизнеса в зависимости от этапов их жизненного цикла. Поэтому, на наш взгляд, информационно-

аналитическое подразделение должно быть организовано по принципу продуктовой департаментализации, что предполагает формирование по крайней мере трех отделов: отдел информационного содействия ресурсного обеспечения предпринимательской деятельности; отдел перспективных направлений развития предпринимательской деятельности; отдел оперативного сопровождения предпринимательской деятельности.

Данный принцип формирования организационной структуры информационно-аналитического подразделения позволяет скоординировать усилия каждого отдела на проблемах производства соответствующих информационных продуктов, а также четко определить обязанности и ответственность каждого исполнителя, что позволяет сократить производственный цикл, повысить эффективность принятия решений и обеспечить достаточный уровень оперативности предоставления информационных продуктов потребителям. Безусловно, метод продуктовой департаментализации имеет ряд существенных недостатков. В частности, каждый отдел имеет тенденцию сосредотачиваться только на своем виде деятельности и слабо ориентируется в проблемах всей организации, что может привести к некоторому дублированию функций и рассогласованности в достижении общей стратегической цели информационно-аналитической структуры. Несмотря на это, мы считаем, что данный принцип формирования информационно-аналитического подразделения наиболее адекватен содержанию целей организации и позволяет в наибольшей степени обеспечить удовлетворение информационных потребностей предприятий малого бизнеса.

Функционально отдел «Перспективных направлений развития предпринимательской деятельности» предназначен для обеспечения информационных потребностей предприятий малого бизнеса,

находящихся на первом и пятом этапах жизненного цикла предпринимательской деятельности, отдел «Информационного содействия ресурсному обеспечению предпринимательской деятельности» - для обеспечения информационных потребностей второго и третьего этапов жизненного цикла предпринимательской деятельности, отдел «Оперативного сопровождения предпринимательской деятельности» - для обеспечения информационных потребностей четвертого этапа жизненного цикла предпринимательской деятельности.

Таким образом, организационная структура информационно-аналитического подразделения может быть представлена в следующем виде (рис. 3.1.4):

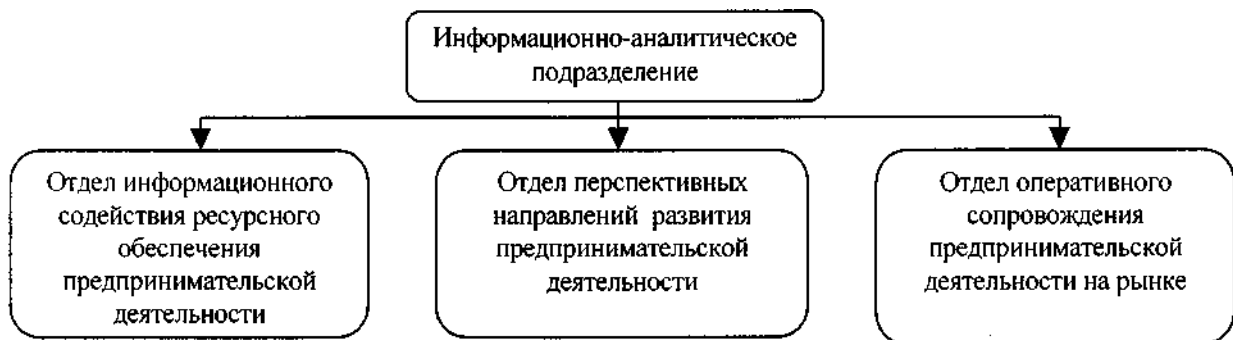


Рис. 3.1.4 Организационная структура информационно-аналитического подразделения

Общая организационно-экономическая модель региональной информационно-аналитической структуры поддержки развития малого бизнеса, позволяющая упорядочить информационные потоки,

содействующая достижению целей формирования единого информационного пространства, обеспечивающая удовлетворение разнообразных информационных потребностей предприятий малого бизнеса, на основе специализации в производстве информационных продуктов, представлена на рисунке 3.1.5.

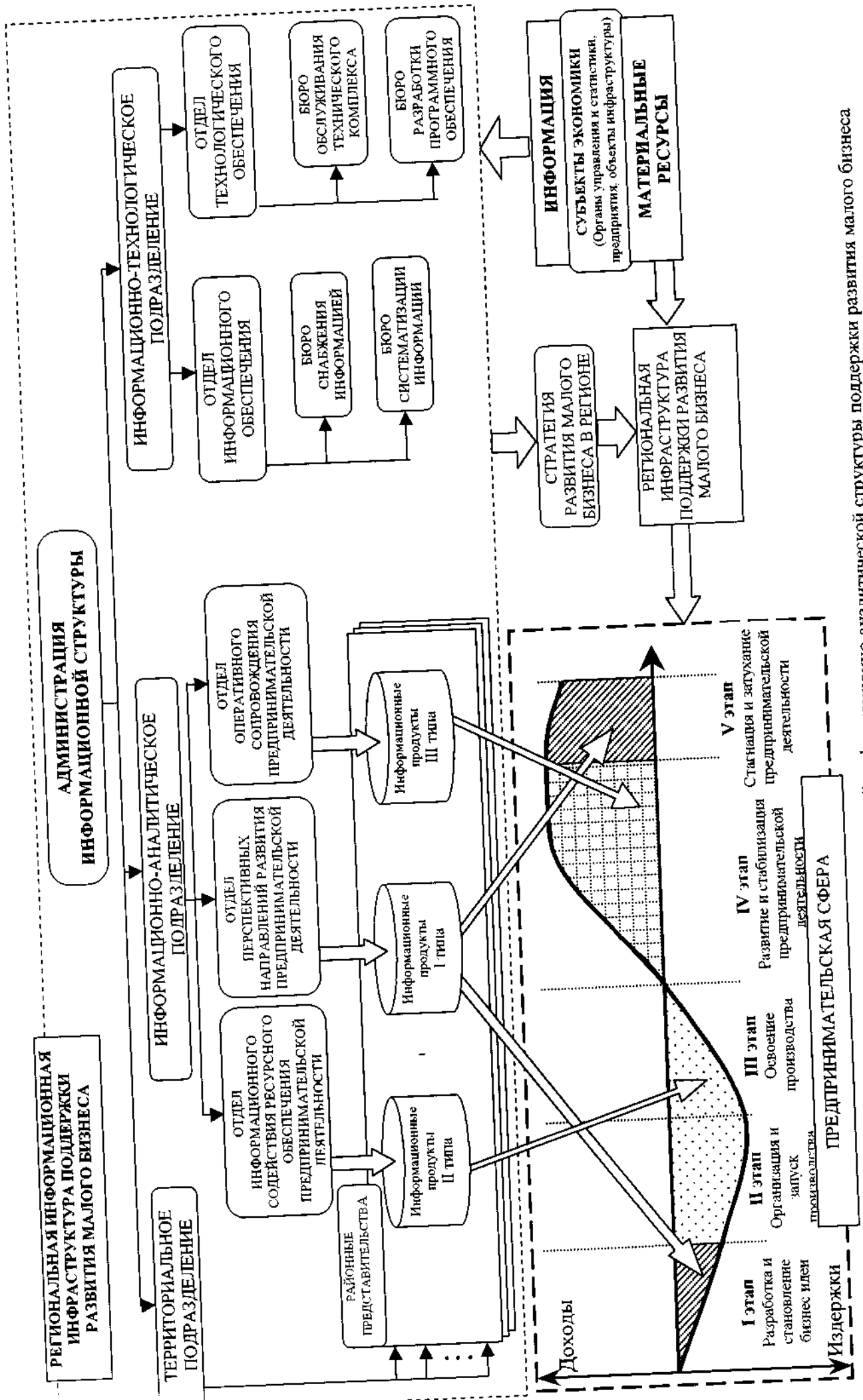


Рис. 3.1.5 Организационно-экономическая модель региональной информационно-аналитической структуры поддержки развития малого бизнеса

Организация региональной информационно-аналитической структуры в соответствии с предложенной моделью позволит не только повысить уровень информационного обеспечения развития малого бизнеса, но и обеспечит необходимую координацию с территориальными органами управления в аспектах формирования стратегии развития малого бизнеса в регионе. То есть создание информационной основы разработки программ поддержки развития малого бизнеса должно являться дополнительной функцией региональной информационно-аналитической структуры.

Организационно-правовая форма информационно-аналитической структуры предполагает необходимость участия государства в ее создании и управлении. Функции государства, в данном случае, не ограничиваются субсидированием средств на создание региональной информационно-аналитической структуры. Речь идет о разработке и реализации эффективного механизма стимулирования развития малого бизнеса, позволяющего компенсировать затраты, связанные с созданием информационных продуктов, предназначенных для субъектов малого бизнеса, находящихся на различных этапах развития предпринимательской деятельности и, соответственно, имеющих разные уровни платежеспособности.

Смешанный характер собственности позволяет реализовать в рамках предлагаемой информационно-аналитической структуры механизмы экономического государственного регулирования развития малого бизнеса в регионе, суть которых в следующем:

выделение необходимых средств из областного и местных бюджетов, а также средств регионального фонда поддержки развития малого бизнеса на формирование информационно-аналитической структуры;

содействие территориальных органов управления процессам создания информационных баз данных информационно-аналитической структуры через формирование информационных потоков соответствующей направленности;

- участие в разработке стратегии и программ развития малого бизнеса в регионе;

дотирование затрат, связанных с производством информационных продуктов для отдельных категорий предпринимателей (более подробно условия при которых возможно и целесообразно выделение государственных дотаций рассматриваются в п. 3.2). Таким образом, из вышеизложенного следует, что объективным условием повышения уровня информационного обеспечения развития малого бизнеса является непосредственное государственное участие в формировании и управлении деятельностью региональной информационно-аналитической структуры.

3.2. Формирование ценовой политики региональной структуры информационного обеспечения

Одной из проблем формирования информационного обеспечения малого бизнеса является разработка механизмов стимулирования развития процессов информационного взаимодействия в предпринимательской среде. Основу повышения интенсивности и эффективности данных процессов составляет ценовая политика информационно-аналитической структуры, регулирующая распространение информационных продуктов с учетом особенностей развития малых предприятий и приоритетов государственной политики поддержки устойчивого развития последних. Разработка ценовой политики информационно-аналитической структуры предполагает

изучение различных подходов к формированию цены на информационные продукты и услуги.

В последние три десятилетия предпринято множество попыток исследования стоимости информации. С момента появления первых работ по теории информации, выполненных Р. Хартли в конце 20-х годов, в которых впервые была предложена логарифмическая мера информации, сложился ряд научных школ в данном направлении исследований¹.

Наиболее распространенным подходом для количественного описания стоимости информации является вероятностный подход, опирающийся на фундаментальные работы К.Шеннона², посвященные теории кодирования. Решающее значение в определении стоимости информации согласно данной теории имеет количество информации. К.Шеннон абстрагировался от качественных характеристик информации (таких, как полезность, актуальность, достоверность и т.д.), тем не менее, из его теории следует, что с получением информации степень неопределенности действий менеджера, принимающего решения, снижается. Иными словами, такая информация имеет для него некоторую ценность, т.е. обладает свойством потребительной стоимости. На современном этапе развития информационных технологий и вычислительной техники, а также появления различных способов передачи информации резко усложняется задача выработки параметров, характеризующих информационный продукт только в количественных измерениях. Таким образом, на наш взгляд, необходимо уделять повышенное внимание экономической ценности информационного продукта или услуги.

¹ Ващекин Н. Маркетинговая информация: стоимостной аспект // Маркетинг. - 1997. №2 - С.27-33. ²

Шеннон К. Работы по теории информации и кибернетике. - М., 1963.

Попытку объединения экономического и вероятностно-статистического подходов впервые предпринял Р.Хилтон в своей формализованной теории стоимости информации¹.

Как и многие сторонники экономического подхода, он использует понятие стоимости информации в смысле стоимости производства информации. Деятельность менеджера, принимающего решения, описывается Р. Хилтоном через «функцию результатов», областью определения которой служит множество пар типа «действие принимающего решение - состояние системы», а областью значений - множество результатов этих действий. С помощью «функции использования» описывается полезность результатов. Информационная система подает принимающему лицу различные сигналы - сообщения, на основании которых он совершает свои действия. Стоимость информации в данном случае вычисляется как двойной интеграл по дискретному множеству сигналов и множеству состояний системы от композиций функций результатов и функций использования, умноженной на условное распределение вероятностей нахождения системы в некотором состоянии при подаче определенного сигнала.

Р.Хилтон выделяет четыре детерминанта (определятеля) стоимости информации:

1. структура множества действий - эквивалент гибкости принимаемого решения;
2. структура композиций функций результатов и функций использования - эквивалент окружающей среды принимаемого решения;
3. распределение вероятностей для состояний информационной системы - эквивалент начальной неопределенности о состоянии

¹ В кн. Соколов Ю.А. Цена информации в условиях рынка // НТИ. Сер. 1 - 1993, №5. - С.16-17.

окружающей среды;

4. условное распределение вероятностей подачи определенного сигнала при нахождении системы в некотором состоянии - эквивалент восприятия содержания информационной системы.

Следует отметить, что определение двух последних вероятностных детерминант при практическом описании информационной системы наталкивается на определенные трудности, характерные для получения любых вероятностных оценок, а также то, что данный подход определения стоимости информации более приемлем для определения экономической эффективности внутренних информационных систем предприятий и слабо применим для определения стоимостных параметров информационных продуктов на рынке.

Оригинальный подход к решению проблемы определения стоимости информации продемонстрировал Ф. Махлуп¹, предложивший измерять не запасы информации, а ее движение. Определяя стоимость информации, он отталкивается от концепции спроса и предложения, полагая, что информация обладает обыкновенными товарными свойствами. Однако, следует отметить, что при данном подходе не учитывается такая важная особенность информации, как несопоставимость затрат на ее производство и тиражирование (распространение).

Основной проблемой ценообразования, на наш взгляд, является идентификация факторов, влияющих на цену информационных продуктов. Поэтому для изучения механизмов формирования цен на информационные продукты и услуги целесообразно использовать методический подход, направленный на выявление нижнего и верхнего пределов цены на информационные продукты и услуги.

Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США. - М.: Прогресс, 1966 .

Традиционно, нижний предел цены информационного продукта определяется на основе затратного метода по следующей формуле:

$$Ц_{\text{нип}} = Z_{\text{пр}} / K_{\text{пол}} + Z_{\text{рас}}, \quad (3.2.1)$$

где $C_{\text{нип}}$ - нижний предел цены на информационный продукт, руб.;

$Z_{\text{пр}}$ - затраты связанные с производством информационного продукта, руб.;

$K_{\text{пол}}$ - количество пользователей информационного продукта, ед;

$Z_{\text{рас}}$ - затраты связанные с тиражированием и распространением информационного продукта, руб.

На данном этапе развития информационных технологий, затраты связанные с производством информационных продуктов, как правило, несопоставимо больше, чем затраты, связанные с их тиражированием. Поэтому в наших рассуждениях остановимся на первой составляющей формулы 3.2.1. Величина нижнего предела цены зависит от затрат на производство информационных продуктов и, в значительной степени, от количества предполагаемых пользователей. Соответственно нижний предел цены на информационный продукт является величиной вероятностной и обратно пропорциональной количеству пользователей. Следовательно, любые мероприятия, связанные с привлечением дополнительных пользователей, могут обеспечивать снижение цены на информационный продукт. Наряду с этим существуют дополнительные факторы, с помощью которых возможно снижение стоимости информационного продукта. К их числу относятся: высокие темпы развития новых информационных технологий, которые оказывают значительное влияние на повышение производительности труда в сфере

производства информационных продуктов; совершенствование форм организации производства и труда; использование современных методик обработки информации и др. Перечисленные выше обстоятельства, безусловно, необходимо учитывать при формировании ценовой политики региональной информационно-аналитической структуры.

Верхний предел цены на информационные продукты рассчитывается на основе определения ее ценности для потенциального потребителя. В этом случае верхний предел цены на информационный продукт рассчитывается по формуле:

$$C_{\text{вп}} = A_{\text{Динф}}, \quad (3.2.2)$$

где $C_{\text{вп}}$ - верхний предел цены на информационный продукт, руб.;

$A_{\text{Дшф}}$ - дополнительный доход, получаемый потребителем за счет использования информационного продукта, руб.

Дополнительный доход ($A_{\text{Динф}}$) зависит от качественных характеристик информационного продукта. Основные качественные характеристики информационных продуктов и система экономических последствий их снижения представлены в таблице (3.2.1)

Таблица 3.2.1

Влияние качественных характеристик информационного продукта на предпринимательскую деятельность

Наименование качественных характеристик информационного продукта	Экономические последствия снижения качественных характеристик информационного продукта
Достоверность	возрастание рисков потери доходов и капитала
Полнота	издержки потребителей информационных продуктов на проведение дополнительных исследований
Оперативность	неритмичность работы предприятия, простой производственных ресурсов, упущенные выгоды

Не претендуя на исчерпывающую характеристику экономических последствий снижения качества информационных продуктов на предпринимательскую деятельность, отметим лишь объективную необходимость оценки потребительских свойств при формировании цены на информационные продукты. Если рассматривать процесс приобретения информационных продуктов с точки зрения интересов потребителя, то понесенные им затраты должны иметь приемлемый уровень рентабельности. Поэтому, верхний предел цены на информационный продукт целесообразно рассчитывать по следующей формуле:

$$Ц_{инф} = АД_{инф} (1 - N_{рен}) K_1 K_2 K_3, \quad (3.2.3)$$

где $N_{рен}$ - средняя норма рентабельности вложения средств в конкретном секторе экономики, дол.ед.;

K_1, K_2, K_3 - коэффициенты снижения цены информационного продукта по причине недостаточного уровня его качественных характеристик (соответственно достоверности, полноты и оперативности), дол.ед..

Методические подходы определения значения коэффициента K_1 достаточно известны. Для этих целей могут быть использованы показатели (коэффициенты) вариации и среднеквадратических отклонений. Значения коэффициентов K_2 и K_3 определяются субъективно в процессе взаимодействия производителя и потребителя информационных продуктов. Во всех случаях величина коэффициентов K_1, K_2, K_3 меньше или равна единице.

Определение величин нижнего и верхнего пределов цены на информационные продукты следует рассматривать как один из предварительных этапов разработки ценовой политики информационно-

аналитической структуры. Зависимость цен от общей конъюнктуры на рынке информационных продуктов свидетельствует о том, что при формировании ценовой политики информационно-аналитической структуры необходимо учитывать состояние платежеспособного спроса, предложения, конкуренции на информационном рынке.

Не менее важным в политике ценообразования является ее ориентация на достижение главных целей деятельности информационно-аналитической структуры. В данном случае ценовая политика информационно-аналитической структуры должна учитывать особенности этапов развития предпринимательской деятельности, различие уровней платежеспособности потребителей, возможности государственной поддержки развития малого бизнеса.

Выявленная ранее специфика информационных потребностей позволяет осуществить сегментирование потенциального рынка в зависимости от этапов жизненного цикла предпринимательской деятельности и с учетом платежеспособности потребителей, а также выделить следующие типы информационных продуктов в соответствии с потребностями каждого сегмента (таблица 3.2.2).

Таблица 3.2.2

Типизация информационных продуктов в зависимости от этапов развития предпринимательской деятельности и уровня платежеспособности потребителя

Этапы жизненного цикла	Уровень платежеспособности потребителя	Тип информационного продукта
1	2	3
1. Разработка и становление бизнес идеи 5. Стагнация и затухание предпринимательской деятельности	Низкий	информационные продукты, обеспечивающие построение модели развития предпринимательской деятельности

Этапы жизненного цикла

Уровень
платежеспособностиу_{инп} информационного продукта

потребителя

<u>1</u>	<u>2</u>	<u>~</u>	<u>3</u>
1 .Разработка и становление бизнес идеи	Низкий		информационные продукты, обеспечивающие построение модели развития предпринимательской деятельности
5.Стагнация и затухание предпринимательской деятельности			

1	2	3
2. Организация и запуск производства 3. Освоение производства	Средний	информационные продукты, обеспечивающие оптимизацию ресурсного обеспечения предпринимательской деятельности
4. Развитие и становление деятельности	Высокий	информационные продукты, обеспечивающие устойчивое функционирование на рынке

Как видно из таблицы 3.2.2, предприятия малого бизнеса испытывают потребности в определенных информационных продуктах в зависимости от тех или иных этапов предпринимательской деятельности и уровня платежеспособности.

В связи с тем, что удовлетворение потребностей предпринимателей в информационных продуктах первого типа связано с наибольшими затратами вследствие высокой стоимости статистической и иной информации, а также ее аналитической обработки, ценовая политика в отношении предприятий малого бизнеса, находящихся на соответствующих этапах жизненного цикла, должна быть направлена на создание условий льготного (дотационного) доступа к информационным продуктам. Основными способами создания данных условий являются государственные дотации, обеспечивающие компенсацию затрат на производство соответствующих информационных продуктов, а также известные механизмы перераспределения затрат между отдельными видами производимых информационно-аналитической структурой информационных продуктов.

Второй тип информационных продуктов, по причине своего адресно-справочного содержания и невысокого объема аналитической

обработки, не требует дотационных ассигнований, т.е. уровень затратности позволяет формировать ценовую политику в отношении данного типа информационных продуктов исходя из реально складывающихся цен на информационном рынке.

Общим направлением обеспечения доступности для пользователя в информационных продуктах первых двух типов является увеличение количества потребителей. Это позволяет обеспечивать резкое снижение цен на информационные продукты.

Иные подходы должны быть заложены при формировании политики цен в отношении информационных продуктов третьего типа, которые обеспечивают устойчивое функционирование малых предприятий на рынке. Данные информационные продукты необходимы, как правило, стабильно функционирующим малым предприятиям, с достаточно высоким уровнем платежеспособности. Поэтому, ценовая политика информационно-аналитической структуры должна быть направлена на максимизацию доходов от реализации информационных продуктов третьего типа.

Основным механизмом максимизации дохода от продажи информационных продуктов третьего типа является исключение влияния фактора количества пользователей информационных продуктов на уровень их цен. Кроме того, ценовая политика информационно-аналитической структуры должна предусматривать направление чистого дохода от реализации информационных продуктов третьего типа на компенсацию затрат, связанных с производством информационных продуктов других типов. При условии достаточного количества потребителей информационных продуктов третьего типа и высокой рентабельности их продажи может возникнуть ситуация, при

которой ликвидируется необходимость использования государственных дотаций на производство информационных продуктов первого типа.

Общим принципом формирования ценовой политики на информационные продукты является охват максимально возможного числа рыночных сегментов, что позволяет путем максимального тиражирования информационного продукта обеспечивать рентабельность деятельности информационно-аналитической структуры, даже при условии бесплатного обслуживания отдельных субъектов.

Реализация обоснованной выше ценовой политики информационно-аналитической структуры позволяют активизировать предпринимательскую деятельность, сократить сроки адаптационного периода начинающих предпринимателей, повысить эффективность и устойчивость функционирования малых предприятий. Одновременно обеспечивается достижение ряда региональных социально-экономических эффектов, выражающихся в снижении уровня безработицы, сохранении рабочих мест, развитии регионально значимых направлений предпринимательской деятельности, дополнительных налоговых поступлениях в бюджеты различных уровней и др. Учитывая сложность подсчета социальных и региональных эффектов, отсутствие реального опыта деятельности подобных структур в регионе, считаем, что расчет региональной и коммерческой эффективности изложенных выше рекомендаций может быть осуществлен модельно. Для этих целей может быть предложена схема влияния повышения уровня информационного обеспечения на изменение количественных параметров этапов жизненного цикла предпринимательской деятельности (рис. 3.2.1).

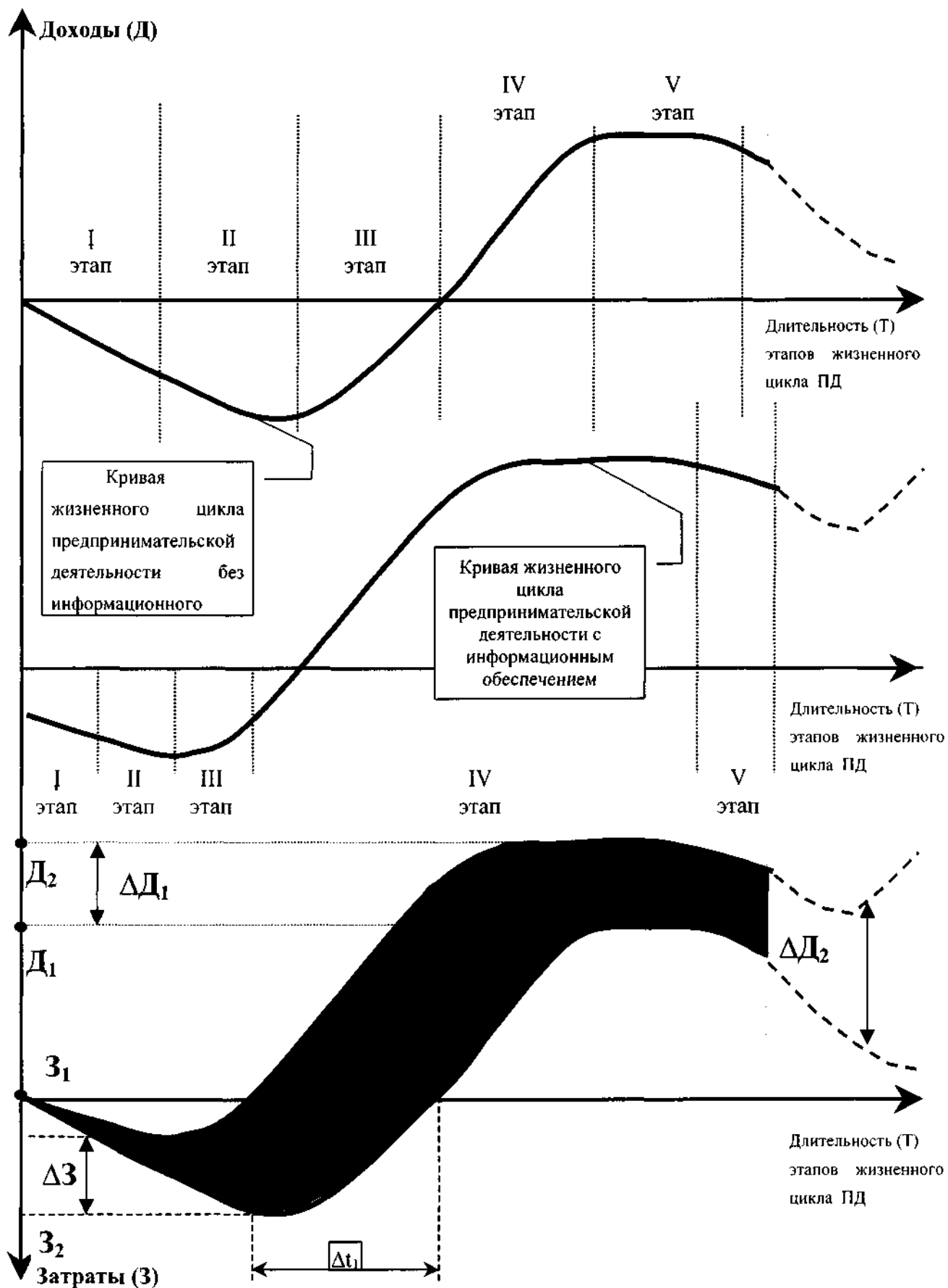


Рис.3.2.1 Влияние информационного обеспечения на количественные параметры этапов жизненного цикла предпринимательской деятельности

Как показывает рисунок 3.2.1, повышение уровня информационного обеспечения субъектов малого бизнеса существенным образом меняет траекторию развития предпринимательской деятельности на каждом ее этапе. Повышение интенсивности предпринимательской деятельности выражается в сокращении сроков выведения бизнеса на режим безубыточного функционирования (A^{\wedge}), в продлении периода эффективной предпринимательской деятельности, как минимум на ту же величину (A^{\wedge}). Более конкретное содержание, получаемых при этом эффектов, выражается в сокращении сроков проведения маркетинговых исследований, необходимых для формирования бизнес-идеи (I этап) и обоснования диверсификации производства (V этап), уменьшении времени поиска производственных, материальных, финансовых ресурсов, технологий, кадров (II и III этапы).

Предложенный выше механизм стимулирования предпринимательской деятельности на основе реализации информационно-аналитической структурой предлагаемой ценовой политики позволяет определенным образом перераспределять параметры издержек и доходов, получаемых в процессе ведения предпринимательской деятельности, и тем самым обеспечивать более равномерное и устойчивое развитие предприятий малого бизнеса. То есть, сокращение затрат (A_3) в период становления малых предприятий (I - III этапы), и снижение величины убытков (AD_2) в процессе диверсификации производства (V этап), достигается на основе их компенсации за счет части доходов (AD), получаемых в период устойчивого их развития (IV этап), а также за счет системы государственных дотаций.

Таким образом, совокупный социально-экономический эффект ($\mathcal{E}_{\text{сов}}$) от информационного обеспечения предпринимательской

деятельности информационными продуктами, подготавливаемыми, предлагаемой информационно-аналитической структурой, может быть определен исходя из следующего выражения:

$$\mathcal{E}_{\text{сов}} = (\Sigma \mathcal{E}_t + \Sigma \mathcal{E}_{\Delta d1} + \mathcal{E}_{\Delta d2}) + \Sigma \mathcal{E}_{\text{рег}}, \quad (3.2.4)$$

где \mathcal{E}_t - суммарный экономический эффект от сокращения длительности первого, второго и третьего этапов развития предпринимательской деятельности, руб.; $\mathcal{E}_{\Delta d1}$ эффект от сокращения затрат на первом, втором и третьем этапах развития предпринимательской деятельности, руб.; $\mathcal{E}_{\Delta d2}$ - эффект за счет снижения величины убытков на пятом этапе предпринимательской деятельности, руб.; $\mathcal{E}_{\text{рег}}$ - суммарный региональный социально-экономический эффект от снижения уровня безработицы, сохранения рабочих мест, дополнительных бюджетных налоговых поступлений, развития регионально значимых направлений предпринимательской деятельности, руб.. При наличии необходимой статистической информации совокупный социально-экономический эффект может быть определен на основе применения соответствующих экономико-математических методов.

системы информационного обеспечения субъектов малого бизнеса является определение их информационных потребностей. Идентификацию информационных потребностей предприятий малого бизнеса целесообразно осуществлять на основе выявления объективных закономерностей ведения предпринимательской деятельности, к числу которых относится, прежде всего, циклический характер ее развития.

Систематизация и установление взаимосвязи целей и задач предпринимательской деятельности с системой информационных потребностей является основой разработки критериев формирования региональной информационно-аналитической структуры поддержки развития малого бизнеса. В целях обеспечения информационных потребностей субъектов малого бизнеса, достижения системности информационного взаимодействия, замкнутости цикла производства информационных продуктов, возможности развития интеграционных процессов в информационном взаимодействии формирование организационной структуры отдельных подразделений региональной информационно-аналитической структуры должно основываться на принципах функциональной, продуктовой и территориальной департаментализации. Информационное обеспечение субъектов малого бизнеса региональной информационно-аналитической структурой должно включать механизмы стимулирования развития предпринимательской деятельности. Поэтому ценовую политику региональной информационно-аналитической структуры целесообразно формировать с учетом различных уровней платежеспособности потребителей информационных продуктов, а также мер государственной поддержки развития малого бизнеса. Основными элементами ценовой политики по созданию условий льготного доступа к отдельным видам информационных продуктов являются: государственные дотации; механизмы перераспределения затрат между

отдельными видами производимых информационных продуктов; увеличение количества пользователей информационных продуктов.

Изложенные подходы к управлению информационным обеспечением предприятий малого бизнеса позволяют активизировать предпринимательскую деятельность, сократить сроки адаптационного периода начинающих предпринимателей, повысить эффективность и продолжительность функционирования действующих малых предприятий. Одновременно обеспечивается достижение ряда региональных социально-экономических эффектов, выражающихся в снижении уровня безработицы, сохранении рабочих мест, развитии регионально значимых направлений предпринимательской деятельности, дополнительных налоговых поступлениях в бюджеты различных уровней.