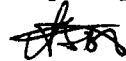


На правах рукописи



Золотарев Алексей Владимирович

**ИНФОРМАЦИЯ КАК ФАКТОР ПРОИЗВОДСТВА
НА МИКРОУРОВНЕ**

Специальность 08.00.01 – Экономическая теория

АВТОРЕФЕРАТ

**диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук**

Волгоград

2006

Работа выполнена в Волгоградском государственном техническом университете

Научный руководитель доктор экономических наук, профессор
Московцев Александр Федорович

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор
Дьяченко Александр Васильевич

кандидат экономических наук, доцент
Макарова Елена Анатольевна

Ведущая организация: Саратовский государственный университет

Защита состоится 20 апреля 2006 года в 14 час. на заседании диссертационного совета Д 212.029.01 при Волгоградском государственном университете по адресу: 400062, г. Волгоград, проспект Университетский, 100, ауд. 2-05 В.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Волгоградского государственного университета

Автореферат разослан 20 марта 2006 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
доктор экономических наук, профессор



Лебедева Н. Н.

2006А
6449

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

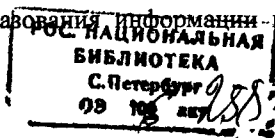
Актуальность исследуемой проблемы. В современном мире, характеризующемся переходом к постиндустриальному и информационному обществу, растет производство, распределение, обмен и потребление информации, что вызывает потребность в разработке эффективных механизмов по ее привлечению и использованию на микроуровне.

В условиях глобализации и интеграции экономики, хозяйствующие субъекты сталкиваются с постоянно растущей потребностью в получении знаний о происходящих изменениях в рамках фирмы, во внешней среде, что приводит к повышению предъявляемых требований к информации.

Общемировые тенденции экономического развития привели к необходимости существенно изменить информационные отношения в обществе. Информация из вспомогательного и второстепенного фактора общественного производства превращается в фактор, решающим образом влияющий на экономику, обороноспособность и политику. Вследствие этого большую актуальность приобретает проблема формирования механизма рационального использования информационных ресурсов в интересах устойчивого развития.

Осуществляемый в мире переход к информационному обществу, основанному на производстве, распределении и потреблении информации, модифицирует основы общественных отношений, и вызывает необходимость в теоретическом обосновании происходящих процессов, с использованием существующего арсенала экономической теории.

Все вышесказанное невозможно без теоретического обоснования внутренней противоречивости информационного ресурса, специфических особенностей процесса преобразования информации в фактор и



продукт производства, что и определяет актуальность выбранной темы диссертационного исследования.

Степень разработанности проблемы.

В научной литературе и периодических изданиях сформирован определенный объем знаний, отдельные аспекты которого отражают изучение рассматриваемой проблемы.

В научных концепциях К. Маркса, Ж-Б. Сэя, Р. Солоу, П. Ромера содержатся важные теоретические положения о сущности, содержании, характере ресурсов, в том числе информационных.

Функционирование информационных ресурсов анализируется в качестве атрибута становления информационного общества (Д. Белл, П. Друккер, Й. Масуда, А. Норман, П. Порат, А. Тоффлер и др.) и системы постиндустриализма (Ф. Махлуп, В. Прайс и др.). Высок интерес к анализируемой проблематике в теории институциональной экономики: Р. Коуз, Ф. Найт, Д. Норта, К. Менар, Дж. Стиглиц и др.

Фундаментальные положения теории информации и управления информационными потоками в различных проявлениях общественной жизни принадлежат Н. Винеру, Р. Хартли, К. Шеннону, У. Эшби и др.

Теоретическим основам менеджмента информационных ресурсов посвящены работы М. Бандеманна, Д. Блюменау, Г. Громова, В. Глушкова, К. д'Экка и др.

Общефилософскому осмыслению сущности и противоречий информатизации, ее роли в воспроизводстве и социальном бытии посвящены работы Р. Абдеева, Н. Мойсеева, И. Прангишвили и др.

Отечественные экономисты А. Аузан, Р. Зяблюк, В. Иноземцева, Р. Малахинова, А. Московский, Д. Плахотная, Р. Цвылев и другие исследовали природу информационных ресурсов и информационного продукта в экономике. Особо следует выделить С. Малахова и Р. Капелюшникову, касавшихся проблем информации в исследованиях по транзакционным

издержкам, а также Е. Майминаса, исследующего социально-экономические аспекты информации.

Анализ информации как элемента системы факторов и ресурсов производства исследуется в трудах О. Иншакова, В. Каткало, Г. Клейнера, Б. Мильнера и др.

Тем не менее, теоретическая разработанность данных вопросов при очевидной актуальности затрагиваемой темы, недостаточна и часто отличается явным уклоном в сторону информационных концепций, затрагивающих, в основном, технологические аспекты информационных отношений в рамках фирмы. Все вышеизложенное определило выбор темы диссертационного исследования, формулирование его гипотезы, целей и задач.

Цели и задачи исследования – раскрыть сущность, содержание, формы проявления и внутреннюю противоречивость информационного фактора производства на современном предприятии.

Поставленная цель обусловила необходимость решения следующих задач:

- раскрыть экономическую природу информационного фактора, определить специфические черты данного фактора и его место в экономической теории;
- определить основные характеристики понятия «информационный фактор» как экономической категории и выявить его роль в хозяйственной деятельности экономических субъектов;
- проанализировать процесс преобразования информации в сфере производства на микроэкономическом уровне;
- раскрыть влияние информационного фактора на деятельность фирмы.

Объектом исследования является процесс создания, накопления, использования и передачи информационных ресурсов в системе факторов и условий внутрифирменного производства.

Предметом исследования является система экономических отношений, складывающихся в результате использования информационных ресурсов фирмы.

Методологической и теоретической основой исследования послужили классические и современные труды отечественных и зарубежных ученых – экономистов, историков и философов хозяйства, социологов и правоведов, высказывавших идеи институционального характера. Методология диссертационного исследования основана на использовании диалектической логики в рамках системного подхода. В ходе работы использовались следующие методы: исторического, логического, сравнительного, междисциплинарного анализа, моделирования.

Информационной базой исследования стали законодательные акты, отечественная и зарубежная монографическая литература, публикации в периодической научной печати, материалы научно-практических конференций и симпозиумов.

Наиболее существенные результаты, полученные автором и выносимые на защиту:

1. Характеристики информатизации хозяйственных процессов целесообразно анализировать сквозь призму воспроизводственных категорий: информационной среды как совокупности отчужденных и общедоступных данных, информационных ресурсов как освоенных данных в качестве источника стоимости, информационного фактора как вовлеченных в производство и активно используемых знаний и умений, созидающих информационный продукт в единстве потребительной и меновой стоимости. В процессе хозяйствования информационный фактор обретает форму информационного капитала и богатства (как совокупности аккумулирован-

ных информационных ресурсов), выражаясь в определенной величине информационных издержек и доходов. Информационный механизм понимается как способ извлечения информации из среды и ее активизации в статусе факторов создания продукта.

2. Динамика функционирования информационных ресурсов представляет собой нелинейный процесс, порождающий систему ближних и дальних позитивных и негативных эффектов, к последним относят информационные асимметрии и искажения. Необходимо учитывать наличие информационных аттракторов как зон и областей притяжения информационных ресурсов, в рамках которых происходит их устойчивая циркуляция, аккумуляция и трансформация. Точки информационной бифуркации есть моменты кардинального вариационного изменения статуса информации. Например, переход информационных ресурсов в факторы или закрытие доступа к определенным данным.

3. Фирма понимается как нелинейная система, поскольку, освоенная лишь в определенных пределах информационная среда является для нее полем выбора альтернативных целей и вариантов стратегии. Потенциал эффективности фирмы непрерывно детерминируется ее информационным диапазоном, т.е. присвоенным из среды множеством данных, на основании которых принимаются стратегические и тактические решения. Информационная граница предприятия есть отражение ее воспроизводственного контура системой рыночных сигналов, в т.ч. цен и ассортимента продукции, логотипов, торговых марок, рекламы и др. Использование информационного ресурса в рамках фирмы порождает изменения во всей системе ее факторов.

4. Преобладающая в современных концепциях «новой экономики» и «экономики знаний» детализация информационного фактора представляется некорректной. Информационные факторы и ресурсы относятся к транзакционному блоку факторов, определяя уровень соответствующих

издержек во взаимосвязи с институцией и организацией, опосредовано влияя на эффективность трансформационных факторов (человеческий, природно-ресурсный и технический). Результатом информатизации на микроуровне является кодирование бизнес-процессов в форме, приемлемой для координации функционирования фирмы и принятия стратегических решений. Трансформатизация и модернизация информационных отношений на фирме предполагают полную или частичную переадресацию бизнес-процессов с учетом расширения информационного диапазона и коррекции стратегических целей и приоритетов.

Научная новизна результатов диссертационного исследования заключается в следующем:

- уточнен понятийный ряд экономической теории информации, включающий понятие информационной среды, определяемой как совокупности отчужденной и общедоступных данных; информационного ресурса, представленного освоенными данными; информационного фактора, как вовлеченных в производство и активно используемых знаний и умений, созидающих информационный продукт.
- раскрыта экономико-синергетическая природа информации в ракурсе процессов информационной аттракции и бифуркации, нелинейной динамики информатизации экономических систем;
- обобщены и проанализированы основные направления воздействия информационного фактора на деятельность фирмы, включающие трансформацию цепочки ценностей, развитие информационной составляющей продукта, изменение статуса фирмы на рынке;
- обоснована информационная интерпретация предприятия как сложной нелинейной системы, введено понятия информационной границы фирмы, представляющей собой отражение воспроизводственного контура фирмы системой рыночных сигналов, необходимого для объяснения детерминантов принятия управленческих решений;

- доказано, что информационные отношения формируют систему кодов, включающую кодирование данных, бизнес-процесса и продукта; служащей основой трансформации, модернизации и стратегического управления фирмой.

Теоретическая и практическая значимость работы. Полученные в ходе диссертационного исследования результаты могут быть использованы в качестве учебного материала в учреждениях высшего и среднего профессионального образования при чтении курсов «Экономическая теория», «История экономической мысли», «Информационный бизнес», «Информационная экономика» и др.

Апробация работы. Основные положения и выводы диссертационного исследования докладывались на заседаниях кафедры мировой экономики и экономической теории ВолгГТУ; прошли апробацию на Международных, Всероссийских и региональных научно-практических конференциях (гг. Москва, С.-Петербург, Волгоград, 2000-2004 гг.), где получили положительную оценку.

Публикации. По теме диссертационного исследования автором опубликовано 12 работ (с личным вкладом 2,6 п.л.)

Структура работы. Принятая структура диссертационного исследования определяется его целью и логикой. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, библиографии и приложений. Работа содержит 8 параграфов, 21 рисунок, 4 таблицы. Структура диссертации отражает цели и задачи исследования.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обоснована актуальность темы, сформулированы цель и задачи работы, раскрыта научная новизна и практическая ценность работы.

Необходимым условием проведения системного анализа информационных ресурсов в экономической теории стало выведение в **первой главе** диссертации «Эволюционно-функциональный подход к информационным факторам в экономической теории» основных понятий, которые затем были использованы при формировании системы «сквозных» критериев.

В экономической науке по поводу информации сложился непродуктивный конгломерат точек зрения, вызвавший появление таких теорий как «новая экономика», «сетевая экономика», «экономика знаний», «интернет экономика» (Д. Белл, В. Л. Иноземцев, А Тоффлер и др.). Большое внимание уделяется поверхностным проявлениям информации в жизни общества.

Парадоксально, но анализ развития проблемы информационных ресурсов, информации в контексте экономических школ показывает, что информационные ресурсы, несмотря на более чем полувекую историю, все еще остаются новой, не разработанной проблемой. Это позволяет предположить, что как любая, не полностью сформированная концепция, проблема информационных ресурсов характеризуется не устоявшимися значениями терминов, продолжающейся эволюцией взглядов экономистов по этому вопросу.

Отражение реальных процессов – путь развития экономической теории информации. Интенсификация технологических изменений, их информационная насыщенность, рост научно-технического прогресса, заставляют изменить отношение экономической теории к информации.

Отталкиваясь от тезиса К. Маркса, что в отличие от пчелы человек сначала формирует идеальную модель, а потом воплощает ее в реальном мире, и учитывая позицию О. В. Иншакова о взаимном переходе факторов, ресурсов и условий хозяйствования, информационные ресурсы мож-

но представить как источник стоимости, включающий освоенные экономическим субъектом полезные для его деятельности данные.

Эффективная экономическая деятельность в настоящее время включает преобразование информации, которое представляет собой целенаправленный обмен упорядоченными данными (получение и передача сведений) с другими структурами и людьми. К. Менар отмечает, что информация является мерой упорядоченности и устойчивости экономической системы.

Все экономические явления и процессы такие как стоимость, цена, деньги, инфляция, прибыль, процент, рента и др. имеют информационную природу, потому что в них закодирована определенная мера, баланс общественных отношений, издержек и доходов. Ценность того или иного экономического явления определяется уровнем, типом, видом и количеством опредмеченной (закодированной) в нем целесообразной информации. Конкретная величина определенным образом закодированной информации определяет конкретную величину целесообразных общественных затрат (затрат физического, человеческого и организационного капитала), лежащих в основе стоимости и цены данного экономического явления.

Фирма понимается как нелинейная система, поскольку освоенная лишь в определенных пределах информационная среда является для нее полем выбора альтернативных целей и вариантов стратегии.

Внутренние и внешние информационные потоки циркулируют в информационной среде в рамках информационных границ фирмы. Процесс присвоения информации заключается в следующем: факты и данные, находящиеся в информационной среде в виде сигналов и шумов, извлекаются предприятием с помощью персонала, оперирующего соответствующими технологиями и процедурами. Фирма отчуждает информацию о себе в информационную среду в процессе хозяйствования. Это находит свое формальное проявление в виде информационной составляющей то-

вара, поставляемого на рынок. Большинство продуктов всегда содержит и физический, и информационный компоненты. Формируется достаточно устойчивая тенденция наделяния товара интеллектуальным имиджем, что также является отличительной чертой разделения товара на физическую и информационную составляющую. В последнее десятилетие существуют тенденции к увеличению объема информации, заключенного в изделии.

Информационные ресурсы необходимы для расширения информационных границ фирмы и увеличения ее информационного диапазона.

Нормальная практика хозяйственной деятельности предполагает существование стандартов на предоставление информации, связанной с транзакцией, – реквизиты продавца и покупателя, стандарты контрактов и т.д., это все формы выражающие определенный код. Обработка транзакционной информации порождает необходимость ее кодирования – процесс преобразования сообщений в кодовые комбинации, обеспечивающие взаимно-однозначное соответствие между сообщениями и их кодовыми обозначениями. Код может быть задан в виде таблицы или же аналитически в виде формулы, набора символов, отображающих правило образования используемых комбинаций, а если необходимо, то и правило соответствия между сообщениями.

Кодирование информации применяется не только в сфере обращения, но наиболее актуально применение его в сфере производства. Код агента включает «дресс-код», ИНН, паспорт, номер медицинского, пенсионного, социального страхования, номер кредитной карточки и т.д. Элементами кода организации являются ИНН, расчетный счет, номер лицензии, сертификата и т.д. Код института представлен системой его атрибутов – аксессуары, жесты, сленг, в том числе татуировка, свадебное кольцо, форма одежды и т.д. Код товара – штрих-код, ГОСТ, ТУ, СНИП и т.д. Коды необходимы для решения проблем, вызванных внутрифирменной информационной асимметрией, стратегическим и оперативным

управлением; предприятие, отчуждая информацию во внешнюю среду с помощью кодов, формирует свой информационный образ и т.д.

Представим системное видение механизма преобразования информации на микроэкономическом уровне (рис. 1). Этот механизм является открытой системой, определяемой объектами, субъектами и характером взаимосвязей между ними, он не воспроизводит исходное явление, а порождает новую серию явлений. Информационный механизм понимается как способ извлечения информационных ресурсов из среды и их активизации в статусе факторов создания продукта, выражающейся системой прямых и обратных связей. С точки зрения субъектно-объектной характеристики механизм преобразования информации в фирме есть система субъектов, регулирующих хозяйственную жизнь фирмы и определенными средствами воздействующими на поступающую информацию и преобразующими ее в конечном итоге в информационный товар. Его основными задачами являются определение и реализация норм и правил вовлечения информации в воспроизводственный процесс, а также контроль за соблюдением этих правил. Главной целью этого механизма является, прежде всего, приращение стоимости капитала фирмы.

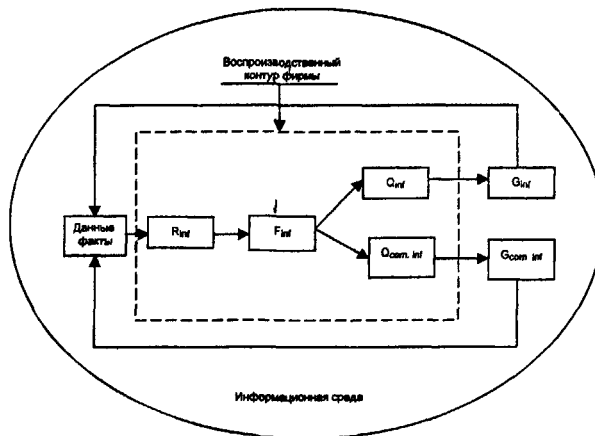


Рис. 1. Преобразование информации в фирме (сост. авт.)

Условные обозначения: R_{inf} – информационные ресурсы; F_{inf} – информационные факторы; Q_{inf} – информационный продукт; G_{inf} – информационный товар; $Q_{com\ inf}$ – информационная составляющая продукта; $G_{com\ inf}$ – информационная составляющая товара.

В зависимости от доли, приходящейся на информационный фактор при создании продукта, и основываясь на теории факторов производства, разработанной О. В. Иншаковым, можем составить условие, при котором информационный фактор создает информационный продукт, или он участвует в создании только информационной составляющей продукта. Если информационный фактор является превалирующим по сравнению с организационным и институциональными факторами, то фирма создает информационный продукт, реализуемый в дальнейшем на рынке в виде информационного товара, если это правило не соблюдается, то можно выделить только информационную составляющую в создаваемом продукте.

Присвоение и отчуждение информации – основа ее воспроизводства. Присваивая информацию, хозяйствующие субъекты формируют ресурсную базу расширенного воспроизводства и диапазон стратегического планирования, отчуждая информацию, они формируют социальное качество предметного мира человеческого бытия. Совокупность отчужденной и доступной информации образует информационную среду, являющуюся условием для деятельности субъектов экономики. Элементы информационного механизма взаимодействуют между собой в соответствии с внутренней структурой фирмы. В то же время информационный механизм оказывает влияние на формирование такой организационной структуры, которая наиболее оптимально способствовала бы усвоению информации из окружающей среды и ее воплощению в реализуемых товарах и услугах.

Информационный фактор обретает форму капитала, опосредовано проявляясь через доход от реализации товара, обладающего информационной составляющей, а также изменения статуса фирмы на рынке. Ин-

формационный доход – часть дохода предприятия, в создании которого, напрямую или опосредовано, участвовали информационные факторы.

Динамика функционирования информационных ресурсов представляет собой нелинейный процесс, порождающий систему ближних и дальних позитивных и негативных эффектов. Вследствие этого целесообразно использовать положения экономической синергетики, разработанные В.-Б. Зангом и выявить их информационную природу. В точках бифуркации информация из одного устойчивого состояния превращается в другое. Наличие точек информационной бифуркации в фирме позволяет произвести преобразование полученных информационных ресурсов внутри нее. Фирма обладает знанием того, как наиболее эффективно комбинировать поступившие из внешней среды в ее распоряжение материальные и финансовые ресурсы. После синтеза информационных ресурсов фирма получает необходимую для своего развития синтезированную внутреннюю информацию, сопоставляя ее с информацией о текущих процессах внутри предприятия (управленческой, оперативной, статистической и производственной). Только после этого фирма продуцирует синтезированную информацию во внешнюю среду, в которой содержится все необходимое для заключения договоров, поиска партнеров.

Вторая глава диссертации «Эффективность использования фирмой информационных ресурсов и факторов приращения стоимости капитала» посвящена проблемам эффективного использования фирмой информации, как фактора приращения стоимости капитала.

Поведение фирмы зависит от выбранной стратегии конкурента. В этом случае наиболее эффективно использование информационной асимметрии. Асинхронное поведение характерно для небольших компаний, которые всегда стараются избегать прямой конкуренции с крупными компаниями. Проявление асимметрии заключается в несовпадении своего поведения с поведением конкурента. В результате возникает ситуация, к

которой окажется готов только тот, кто ее сам создал. Дефицит информации (вследствие небольших информационных границ и узкого информационного диапазона) во все эпохи является важным компонентом коммуникации, поскольку объект воздействия сам ищет информацию, которую ему предоставляют. Дезинформацию можно подавать в информационном контексте, завышая ее достоверность. И наоборот: информация обрабатывается и подается в дезинформационном контексте, чтобы снизить ее действенность. Это может служить примером мутации информации в условиях асимметрии.

Объем дезинформации резко возрастает в критические периоды, которые характеризуются следующим: возрастанием активности сторон; возрастанием неоднозначности, что позволяет вносить дезинформацию в более облегченном режиме; дефицитом информации, когда сам потребитель информации максимально заинтересован в ее поиске и получении. Критические периоды относятся к определенным точкам бифуркации, после которых возможно развитие ситуации по совершенно новому сценарию, поэтому и оказывается воздействие для достижения необходимого результата. Любые активные действия предваряются поиском информации и порождением дезинформации.

Существование информационной асимметрии и искажения, избытка информации при принятии решений на микроуровне приводит к деградации накопленного потенциала фирмы, снижению качества и эффективности хозяйственного процесса. Необходимо учитывать наличие информационных аттракторов, как зон и областей притяжения информации, в рамках которых происходит ее устойчивая циркуляция, аккумуляция и трансформация. В современных условиях в качестве одной из форм воплощающей информационный аттрактор, является Интернет, способствующий непрерывному циркулированию информационных ресурсов, предоставляющий доступ к ним.

Модификация цепочки ценностей под воздействием информации приводит к изменению структуры издержек фирмы, выделяя издержки, напрямую связанные с обращением информации. Это подтверждается взглядами К. Эрроу о том, что получение и передача информации требует определенных затрат. Р. Коуз в своей теории фирмы говорит о существовании затрат на выполнение транзакций, точнее на информационные процессы, сопутствующие и определяющие транзакцию. В нашем случае это затраты на сбор, хранение, обработку, передачу и представление информации по поводу конкретной транзакции.

Использование кодов в бизнес-процессах обусловлено изменением статуса компании. Современные фирмы не просто производят и продают свои товары или услуги, благодаря информационным ресурсам они часто выступают в роли фирм, продающих решения, вследствие этого происходит усложнение структуры и взаимосвязей бизнес-процессов.

Бизнес-процессам сопутствует превращение информации в рамках фирмы в систему внутрифирменных кодов, для предотвращения внутрифирменной информационной асимметрии. Внедрение такого подхода предполагает распределение ролей участников, также определяет степень допуска к данным и системе кодирования. Недостаток информации или дезинформация, пришедшая с одной стороны цепи в другую, может стать причиной значительных проблем. Распределение полномочий в новом конгломерате в условиях современного рынка основано на распределении информации. Информация, касающаяся прогнозов, изменений в производственных планах, должна передаваться потребителям и поставщикам регулярно.

Промышленные стандарты распределения информации предусматривают обмен следующей информацией: максимальная мощность, время доставки, прогнозы, заказы на закупку, общие контракты, изменение заказов на закупку, предварительные уведомления об отправке, выписка сче-

тов. Это коды, собранные на основе действующих в предприятии бизнес-процессов, и необходимые для принятия стратегических решений в нестабильных и быстро меняющихся условиях.

Увеличение роли информации при функционировании бизнес-процессов приводит к модернизации цепочки ценности, что, в свою очередь, влияет на изменение роли фирмы на рынке. Предприятие последовательно проходит следующие стадии: поставщик компонентов, составитель комплектов, интегратор и поставщик решений.

Сложность семиотических кодов в различных сферах хозяйственной деятельности и обусловленные этим высокие издержки их дешифрации ведут к возникновению нового вида посредников – поставщиков готовых решений. Такие агенты предоставляют интегрированный, адаптированный к конкретной задаче пакет дискретных компонентов, сконструированный таким образом, чтобы обеспечивался эффект синергии. Иначе говоря, они поставляют заказчику готовый сложный продукт, созданный для решения конкретной проблемы. Пример из сферы B2B (business-to-business): мелкая фирма заказывает у поставщика решений информационную систему для обеспечения оперативного делопроизводства и комплексного учета, не интересуясь способом решения этой проблемы, а лишь ее результатом. При этом фирма существенно экономит на транзакционных издержках преодоления семиотических кодов в сфере компьютерных технологий, но параллельно повышается уровень риска, связанного с потенциальным оппортунизмом поставщика решений (проблема принципала-агента).

Кодирование фирмы представляет собой информационный компонент ее стратегического менеджмента. В первом приближении выделим четыре уровня данного процесса, связанные, соответственно, с кодированием данных, бизнес-процессов, продукта и стратегии.

Первый уровень – кодирование данных. На предприятии эффективное кодирование важно для преодоления негативных последствий информационной асимметрии. Поэтому директорат, как правило, заинтересован в наличии эффективной информационной системы, позволяющей аккумулировать, хранить и своевременно распределять данные между разными органами производственного процесса как в горизонтальной, так и в вертикальной плоскости. Такая система призвана интегрировать отдельные автоматизированные системы в сферах управления, учета и т.д.

Это требует создания внутриорганизационных процессов и связей, облегчающих передачу требуемых данных как между структурными подразделениями фирмы, отвечающими за маркетинг, сбыт, закупки, финансы, производство, распределение и транспортировку, так и между разными организациями, т.е. между потребителями и поставщиками по всей цепи поставок. Формирование внутрифирменной информационной системы предполагает создание для функциональных подразделений стимулов, побуждающих их стремиться к достижению ассоциированных (общих) целей за счет совместного использования информационных ресурсов; внедрение технологий, направленных на изменение движения товаров для максимизации ценности канала и сокращения затрат. Информационная система фирмы должна эффективно фильтровать поступающие из множества источников массивы данных, анализировать их и отбирать необходимые для быстрого принятия оптимальных решений. При этом у пользователей должна быть возможность обращаться к базам данных и извлекать оттуда информацию, необходимую для принятия эффективных решений в цепи поставок. Для этого часто используются системы, называемые «хранилищами данных», а также связанные с ними системы поддержки решений. Внедрение такой системы предполагает распределение статусов участников в зависимости от степени допуска к данным и системе кодирования.

Второй уровень – кодирование бизнес-процессов. Необходимым становится кодирование процессов, ресурсов, факторов и продуктов фирмы, предполагающее их концентрированное описание, например, как функционирует каждый конкретный процесс, каким правилам он подчиняется, с какими спецификациями и стандартами совместим и т.д. Такую возможность предоставляет система внутрифирменных кодов. Она предстает в виде ключевых метаданных (сведений о сведениях), обеспечивающих набор ссылок. Каждый элемент данной структуры включает в себя уникальный ключ, имя, дополнительное описание и т.д., позволяющее производит однозначное понимание того или иного процесса и доступ к нему. Институционализация агента фирмы предполагает ознакомление с принятой системой коммуникативных и прочих семиотических кодов и должна включать период адаптации к ней.

Кодирование бизнес-процессов фирмы по своей сути является упрощением их реальной сложности, выражением сложного содержания в простой семиотической форме. Принцип экономичности кода напрямую связан с информативностью закодированного сообщения. Код ограничивает информационное поле источника, минимизируя транзакционные издержки управления предприятием и выступая барьером для конкурентов.

Третий уровень – кодирование продукта. Семиотический код продукта в значительной степени определяет социокод человека, поэтому выбор потребителя определяется его собственным социокодом, который практически непрерывно сканируется обществом. Приобретенные товары (услуги) экстериоризируют данные о статусе человека, уровне его доходов, имидже, жизненных ценностях. Семиотический код продукта предполагает его «прочтение» определенной (фокусной) группой потребителей, поэтому формированию торговой марки, брэнда, логотипа и других инструментов идентификации продукта должно уделяться серьезное внимание. Рекламу в этом смысле можно понимать как деятельность по при-

данию товару определенного (желаемого) семиотического кода в расчете, что его расшифрует фокусная группа потребителей.

Установленный код товара выступает сигналом для знакомых с ним потребителей, а незнакомые коды они отсеивают как информационно-шумовые помехи. Вывод на рынок нового товара предполагает инновацию семиотического кода, а изменение имиджа уже существующего – его модификацию или модернизацию. Неверно выбранный семиотический код не будет распознан целевыми потребителями и приведет к краху продукта, поэтому важным инструментом маркетинга стал клановый брэндинг, предполагающий апробацию нового продукта на локальной группе желаемых потребителей, которые затем транслируют семиотический код этого товара в привязке к собственному социокоду.

Четвертый уровень – кодирование стратегии. Стратегия должна быть переосмыслена как сложный код, который в каждый момент времени транслируется для массы клиентов и потенциальных контрагентов в форме миссии, зачастую дающей иллюзорное и искаженное представление о сути и содержании деятельности фирмы. Код доступа к стратегии рядовых агентов обычно ограничен ознакомлением с ее документально формализованным вариантом, своего рода «корпоративной Библией». Но это также не дает представления о реальных целях фирмы и траектории ее дальнейшего развития. Вместе с тем, агенты фирмы постепенно «вычисляют» многие реальные, но зашифрованные элементы ее стратегии. Полным кодом доступа к стратегии владеют лишь топ-менеджеры фирмы, а для остальных она предстает в более или менее искаженном системой кодирования виде.

В настоящее время все большего внимания заслуживает проблема повышения эффективности деятельности экономического субъекта за счет эффективного использования его информационных ресурсов. В этих условиях стало необходимым оценивать затраты на информационные ре-

сурсы, определять их вклад в эффективность функционирования производства. В количественной оценке информационных ресурсов на микроэкономическом уровне типовые методики фактически отсутствуют, не существует стандартных показателей.

Немалую часть расходов, вложенных компанией в приобретение информационных ресурсов, оправдывает факт сокращения издержек – в основном это и является главным при принятии решения о приобретении информационных ресурсов. Но данные предпочтения не всегда подтверждаются статистическими исследованиями.

Рассмотрим решение данной проблемы через взаимоотношение доходов, получаемых фирмой от использования информационных ресурсов и затрат на приобретение средств, помогающих создавать информационные ресурсы. Для этого обратимся к опыту финансовой оценки нематериальных активов. А. Дамодаран предлагает применять подход, основанный на модели оценки опционов для случаев, напрямую не связанных с информационными ресурсами, но для активов, обладающими сходными с ними характеристиками. Ценность информационных ресурсов появляется не из создаваемых ими денежных потоков, а из их потенциальной возможности увеличения вклада в цепочку ценности фирмы в будущем.

Ценность фирмы, получающей свою прибыль главным образом из коммерческих продуктов, которые являются результатом использования информационных ресурсов, может быть представлена в виде следующего уравнения. Ценность фирмы – функция, которая зависит от ряда переменных: 1) денежные потоки, извлекаемые фирмой из новых продуктов, созданных с использованием информационных ресурсов; 2) ценности от использования информационных ресурсов, не получивших своего воплощения в новом продукте; 3) ожидаемой ценности продуктов, которые фирма сможет получить в будущие периоды, в результате применения информационных технологий. Ценность первого компонента оценивается на осно-

ве традиционной модели дисконтирования денежных потоков. Ценности второго и третьего компонента можно получить, применяя модель оценки опциона, при этом оценивая каждый информационный ресурс в отдельности.

В заключении работы сформулированы основные теоретические и практические выводы, полученные в результате исследования.

Список работ, опубликованных по теме диссертации:

1) Золотарев, А. В. Код фирмы: экономико-семиотический анализ/ Д. П. Фролов, А. В. Золотарев// Известия ВолГТУ серия «Актуальные проблемы реформирования российской экономики». – Волгоград, 2005. – № 2. – 0,8/0,4 п.л.

2) Золотарев, А. В. Влияние информационного фактора на статус фирмы / А. В. Золотарев // Молодежь и экономика: новые взгляды и решения: Межвуз. сб. науч. трудов по итогам V Открытой науч. конф. молодых ученых: В рамках 42-й науч. конф. ВолГТУ, Волгоград 26-28.01.2004 / ВолГТУ и др.- Волгоград, 2005. – 0,4 п.л.

3) Золотарев, А. В. Основные экономические школы о проблеме информационных ресурсов / А. В. Золотарев // Актуальные проблемы реформирования российской экономики (теория, практика, перспектива): Межвуз. сборник науч. трудов / ВолГТУ. – Волгоград, 2004.- Часть I. – 0,4 п.л.

4) Золотарев, А. В. Природа информационных ресурсов / А. В. Золотарев // Молодежь и экономика: новые взгляды и решения: Межвуз. сб. науч. трудов по итогам IV Открытой науч. конф. молодых ученых: В рамках 41-й науч. конф. ВолГТУ, Волгоград 26-28.01.2004 / ВолГТУ и др.- Волгоград, 2004. – 0,4 п.л.

5) Золотарев, А. В. Теоретическое обоснование оценки количественной стороны информации/А. В. Золотарев //VIII межвузовская конференция студентов и молодых ученых г.Волгограда и Волгоградской области: [Тез. докл.], г.Волгоград, 11-14 ноября 2003 г / ВолГУ и др. – Волгоград, 2004. Вып. 1. Эконом. И финансы. – 0,15 п.л.

6) Золотарев, А. В. Информационные технологии организации: решение проблем или новомодное заблуждение /А. В. Золотарев//Проблемы развития предприятий: теория и практика. Ч.1. Экономика предприятия. Организация производства.: Матер. 3-й Междунар. науч.-практ. конф., 20-21 нояб. 2003 г. /Самарск. гос. экон. акад. и др.- Самара, 2003. – 0,15 п.л.

7) Золотарев, А. В. Сегментация способов производства на основе материализации информации /А. В. Золотарев, А. Ф. Московцев//VII Межвузовская конференция студентов и молодых ученых г.Волгограда и Волгоградской области. Вып.1. Экономика и финансы: Тезисы докладов, г.Волгоград, 12-15 ноября 2002 г. /Волгогр. гос. ун-т и др.- Волгоград, 2003. – 0,2/0,1 п.л.

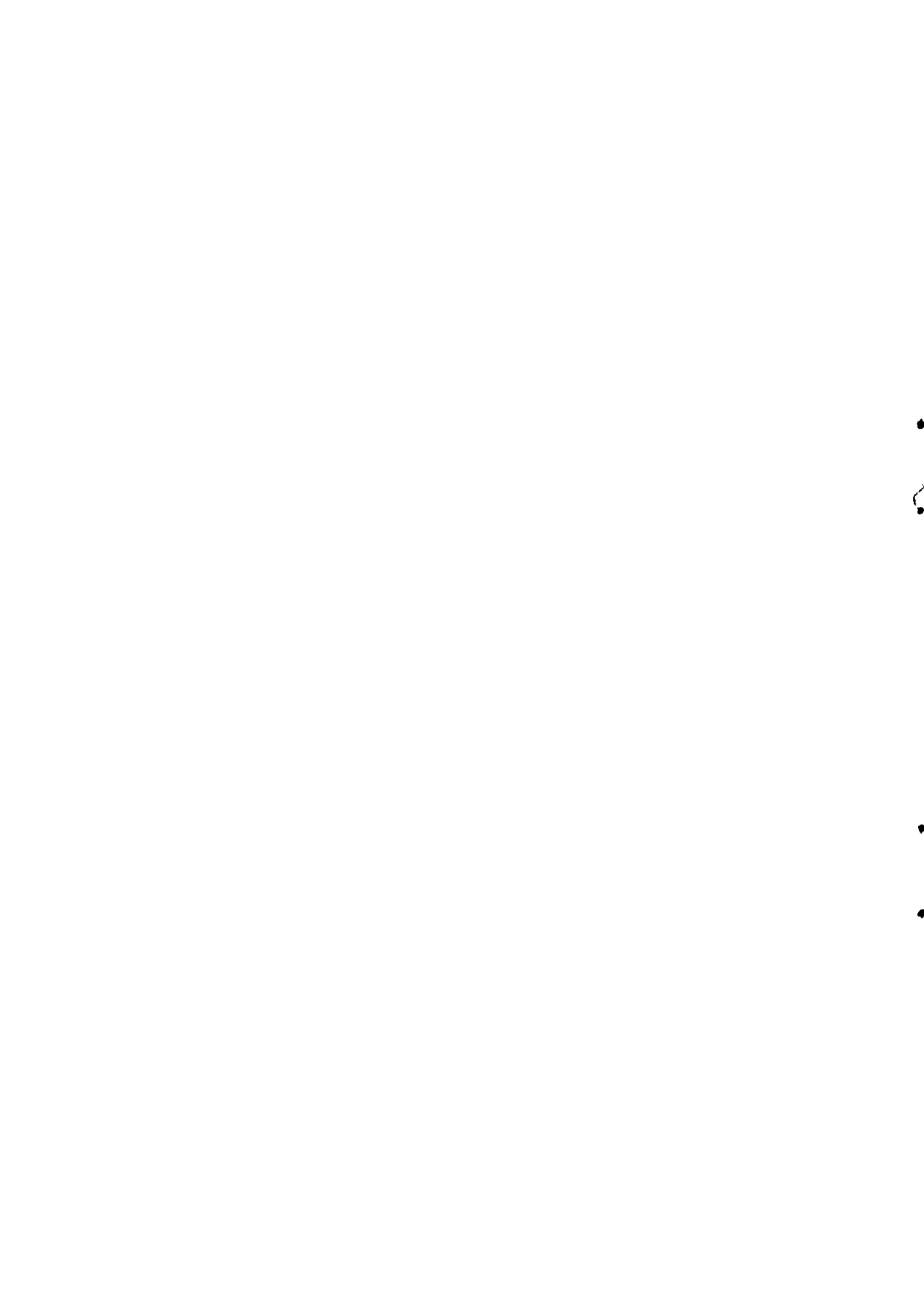
8) Золотарев, А. В. Информационная составляющая как равноправный фактор производственной функции /А. В. Золотарев, А. Ф. Московцев //Предпринимательство и реформы в России: Матер. работы 7 междунар. конф. молодых ученых-экон., С.-Петербург., 24-26.04.2002 /С.-Петерб. Гос. Ун-т, Ассоц. студ. и аспиранты. "Наука молодая".- СПб., 2002.- Часть 2. – 0,2/0,1 п.л.

9) Золотарев, А. В. Информационные ресурсы в экономической теории /А. В. Золотарев, А. Ф. Московцев //VI межвузовская конф. студентов и молодых ученых г.Волгограда и Волгоградской области, Волгоград, 13-16 ноября 2001 г.: Тезисы докладов /Волгогр. гос. ун-т и др.- Волгоград, 2002.- Вып.1.Экономика и финансы. – 0,2/0,1 п.л.

10) Золотарев, А. В. Информационные ресурсы как равноправный фактор конкурентоспособности /А. В. Золотарев, А. Ф. Московцев //Молодежь и экономика: новые взгляды и решения: Межвуз. сборник научных трудов по итогам II Открытой науч.-практ. конф.: 39 ежегод. науч.-практ. конф. ВолгГТУ, 28-30 января 2002 г. /ВолгГТУ и др.- Волгоград, 2002.- Часть 2. – 0,2/0,1 п.л.

11) Золотарев, А. В. Периодизация глобальной экономики на основе информационного фактора /А. В. Золотарев, А. Ф. Московцев //Предпринимательство и реформы в России: Матер. работы 7 междунар. конф. молодых ученых-экон., С.-Петерб., 24-26.04.2002 /С.-Петерб. Гос. Ун-т, Ассоц. студ. и аспирант. "Наука молодая".- СПб., 2002.- Часть 2. – 0,2/0,1 п.л.

12) Золотарев, А. В. Информационные ресурсы на мировом рынке //Реформы в России и проблемы управления - 2001: Матер. 16-й Всерос. науч. конф. молодых ученых и студентов /Гос. ун-т управления.- М., 2001.- Выпуск 2. – 0,15 п.л.



Подписано в печать 14.03 2006 г. Формат 60×84/16.
Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Усл. печ. л. 1,2.
Тираж 120 экз. Заказ 79.

Издательство Волгоградского государственного университета.
400062, г. Волгоград, просп. Университетский, 100.

2006A

6449

№ - 6449