

Джиоева О.О.,
ассистент кафедры экономической теории
Северо-Кавказского горно-металлургического института
(государственного технологического университета)
г. Владикавказ

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

Развитие и социально-экономическая роль предприятия в условиях информационной экономики существенно меняется. Это изменение идет по целому ряду направлений.

1. Основное отличительное требование, которое выдвигает информационная экономика предприятию, — наличие полной и качественной информации по основным аспектам деятельности предприятия. Результат деятельности предприятия обусловлен не только производством и реализацией продукции или услуг, получением прибыли; он в определяющей мере зависит, прежде всего, от возможности работников получить, проанализировать и правильно интерпретировать информацию о состоянии рынка и его динамике, возможностей конкурентов, реальной оценке потенциала конкурентоспособности предприятия. Причем, количественные и качественные характеристики информации (объем, достоверность, оперативность и другие), необходимые для принятия решений, становятся важнейшим ресурсным и стратегическим фактором и определяют успех или неуспех деятельности предприятия.

2. На смену общему требованию выпуска определенного количества продукции в соответствии с потребностью рынка (что характерно в целом для рыночной экономики), приходит более жесткое требование — выявить конкретные группы потребителей (как правило, локальные), определить их потребности (в том числе к параметрам продукции) и удовлетворить этот спрос. Дальнейшее наращивание объемов целесообразно только в условиях гарантированного сбыта продукции, что связано либо с расширением целевой аудитории потребителей, либо с ростом доходов и возрастанием потребительского спроса индивидуальных клиентов.

3. В условиях информационной экономики предприятия не только выполняют функцию фактора производства, производителя основных материальных благ, но наряду с этим принимают форму социального фактора развития личности, и в этой связи приобретают характер всеобщего социально-экономического фактора развития общества. Предприятия должны выступать как «информационно открытые» социально-экономические институты, поскольку они являются формой всестороннего выражения и развития личности человека, его способностей и высших потребностей в труде, социальном статусе и самовыражении. Экономические

и социальные потребности людей в рамках предприятий определяют их стремление к свободному выбору способа реализации трудового потенциала и форм хозяйственной деятельности, выбор которых ограничивается лишь их эффективностью и конкуренцией. Деятельность работника все теснее связывается с состязательностью и творчеством, желанием привлечь к себе внимание, заслужить признание в обществе, получить возможность принимать самостоятельные решения на свой риск.

4. В информационной экономике доступ к информации делает поведение потребителей гибким и изменчивым. Потребитель имеет широкую возможность провести сравнительный анализ потребительских качеств товара, привлекательных сторон сервиса и т.п., сделать соответствующие выводы о выгодности приобретения того или иного товара. Причем, очень часто на принятие решения покупателем, влияют едва заметные нюансы, связанные с продукцией или поведением предприятия, что значительно увеличивает информационные потоки, которые должны быть учтены сотрудниками предприятия. Данное обстоятельство вынуждает предприятия также адекватно и гибко реагировать на изменение потребительского спроса, что, в свою очередь, требует, во-первых, заблаговременности действий по выявлению изменений в информации о состоянии потребительского спроса (наличие мониторинга рынка); во-вторых, наличие разработок (НИОКР, инноваций, проектов) и возможностей их быстрого применения в производстве; в-третьих, наличие ресурсов (финансов) для осуществления изменений на предприятии.

Таким образом, предприятие в условиях информационной экономики существенно трансформирует свои сущностные стороны, в числе которых мы выделим: превращение информации в важнейший производственный фактор и ресурс деятельности предприятия; превращение информации в непосредственно производительную силу; изменение структуры предприятия; изменение логики и процедур планирования деятельности предприятия; роль человеческого капитала; усиление взаимодействия между сотрудниками предприятия; усиление адаптивной способности предприятия; создание коммуникативного пространства предприятия для взаимодействия с поставщиками, потребителями и обществом; изменение схемы кооперации и интеграции предприятия; повышение значимости фактора информации в эффективности деятельности предприятия; повышение требований к организации деятельности предприятия; возможность роста теневой экономики; изменение правил деятельности предприятий; проявление уникальности предприятия; возникновение синергического эффекта.

Превращение информации в важнейший производственный фактор и ресурс деятельности предприятия. Первостепенной проблемой развития предприятия в информационной экономике является постоянное исследование рынка и выявление на этой основе потребительского спроса, скорейшая разработка и освоение новой продукции, информирование покупателей об ее преимуществах. Важность информации о ситуации на рынке выходит на первое место при определении необходимости самого

существования предприятия: если предприятие не может удовлетворить потребность, оно не будет востребовано рынком.

Превращение информации в непосредственно производительную силу. Особенность связанной с Интернетом информационной системы предприятия состоит в принципиально новой способности воспринимать интеллектуальное воздействие человека и претворять это воздействие в реальную управляющую силу. Тем самым завершается превращение информации (в форме знания, науки) в непосредственную производительную силу, проявляемую на уровне предприятия. При этом информационные технические средства, информационные технологии и информационные функции, обеспечивающие целеполагающую деятельность сотрудников, представляют собой один из главных каналов, по которым информация непосредственно включается в производственный процесс.

Изменение структуры предприятия. Иерархические структуры управления в фирмах все больше уступают место сетевым взаимосвязям и кооперациям. На предприятии преимущественное развитие получает не вертикальная, а горизонтальная кооперация, что способствует увеличению производственной автономии работников и полностью изменяет систему экономических и трудовых отношений. Например, системы информации позволяют сотрудникам предприятия дистанционно взаимодействовать по самым сложным задачам производства в режиме реального времени, обмениваясь огромными массивами информации. Выделение в составе фирмы бизнес-процессов и формирование бизнес-единиц, реализующих конечную для фирмы продукцию (центры прибыли), или обслуживающих процесс производства и управления (центра затрат), передача им функций оперативного менеджмента и переход на этой основе от чисто иерархических (вертикальных) к горизонтальным коммуникациям резко сокращает число посредников в среднем звене, а прежние цеха и участки как промежуточные ступени между корпоративным центром и бизнес-единицами становятся ненужными.

Изменение логики и процедур планирования деятельности предприятия. Важная особенность современной фирмы как информационной системы состоит в резком увеличении объема, разнообразия и скорости передачи, обработки и выдачи информации. Дело не только в том, что эта скорость с помощью Интернета позволяет управлять в рамках «реального масштаба времени». В новой информационной системе скорость управления, включающая все оперативные функции контроля и регулирования, осуществляется быстрее, чем скорость изменения управляющего объекта. В производственных системах эта сторона информационной системы обеспечивает не только оперативное, но и прогнозное управление ходом производства.

После оценки ситуации как вне, так и внутри предприятия определяется главная цель. Затем можно перейти к разработке стратегии, которая представляет собой процесс конкретизации главной цели, разбивку ее на задачи и подзадачи. На каждом этапе реализации выбранной стратегии

целесообразно вносить в план определенные коррективы, которые диктует реальный ход событий. Таким образом, вырабатывается оперативный план. На основе долгосрочных тенденций и оперативного плана разрабатывается долгосрочный план. План дает основу для принятия рациональных решений, позволяет оформить и анализировать интуитивные предположения.

Роль человеческого капитала, используемого предприятием в условиях информационной экономики, связана, прежде всего, с личностью работника, под которым понимается человек, обладающий умением концептуально мыслить и работать с нечеткими категориями, способностью фантазировать и генерировать идеи, действовать в противоречивых ситуациях. Эти человеческие свойства формируются в процессе образования и обучения. Характерная для индустриальной эпохи система образования и профессиональной подготовки с дроблением на узкие специальности и ориентацией на массы учащихся непригодна для новых условий. Здесь необходимо перенесение акцента на развитие личности работника, утверждение междисциплинарного подхода к обучению, универсализация образования, развитие систем непрерывного обучения. При этом управлять творчески мыслящей личностью - главным действующим лицом информационной экономики прежними командными методами невозможно и неэффективно. Необходим переход к управлению с позиций сотрудничества.¹

Следует отметить возрастание роли нематериальных активов, интеллектуальной собственности, брендов и корпоративной культуры в успехе бизнеса.

Усиление взаимодействия между сотрудниками предприятия. Современное предприятие должно обеспечить власть знаний над властью должности. Каждый сотрудник должен регулярно планировать свой бюджет (в рамках общего бюджета), подробно прогнозировать затраты и доходы, определять для себя среднесрочные цели и представлять руководству список ключевых результатов, которые могут служить критериями достижения этих целей. Руководитель, получая информацию и ноу-хау, принимает решения, обучает подчиненных методам их реализации и контролирует все задания.

Должна быть введена система классификаций и рейтингов для оценки работы каждого сотрудника (на основе соответствующих компьютерных программ), которая создает напряженную внутреннюю конкуренцию и позволяет выявить наиболее талантливых работников и создать дифференцированную систему стимулирования эффективного труда. За хорошими результатами должно немедленно следовать вознаграждение, которое принимает различные формы: вознаграждение денежное — в виде повышения оплаты, выплаты премий, льготной продажи акций и пр.; вознаграждение свободным временем — оплачиваемый отпуск; вознаграждение информацией — возможностью написания научной работы и повышения квалификации и т.д.

¹ Николаева Т.П. Информационная экономика: тенденции развития за рубежом и в России. - СПб, 1999.

Регулярные контакты сотрудников, отчеты подразделений об успехах, проблемах и потенциальных возможностях, взаимодействие с непосредственным руководителем для обсуждения проблем в стиле «конструктивной конфронтации», совещания высших менеджеров для «мозговой атаки» по поводу перспектив фирмы создают информационную среду эффективной деятельности.

Усиление адаптивной способности предприятия, что означает широкое использование имитационного моделирования, переход от стандартизированных к гибким процедурам, позволяющим вести учет деятельности в режиме реального времени, используя результаты анализа для принятия управленческих решений. За счет большей доступности источников финансирования на глобальном рынке, доступа к информации о клиентах, поставщиках, рабочей силе, технологиях и т.д. предприятие способно более точно выбирать линию поведения на рынке.

Создание коммуникативного пространства предприятия для взаимодействия с поставщиками, потребителями и обществом. В информационной экономике особую роль играет формирование предприятием своего коммуникативного пространства, его символической, визуальной, событийной и коммуникативной организации. Это пространство на основе использования Интернета, позволяет предприятию развивать деловые контакты с партнерами, обеспечивать связи с общественностью и повышать имидж своего бизнеса, а также вести информационные и психологические войны с конкурентами.

Информационные возможности позволяют предприятию сокращать транзакционные издержки на маркетинг, обеспечивать поиск заказчиков и поставщиков, осуществлять заключение контрактов, обработку заказов (заявок), их оформление и согласование, подготовку и рассылку рекламных материалов и т.д.

Изменение схемы кооперации и интеграции предприятия. Информационная экономика вызывает переход от вертикальной кооперации и интеграции предприятия к глобальной экономической кооперации и интеграции на базе всеобъемлющих сетей (например, научно-производственно-торговых сетей), включающих корпорации, средний и малый бизнес (в качестве субподрядчиков, франчайзеров и т.д.).

Повышение «профессиональной» сегментации сети Интернет создает специализированные (по группам интересов) «информационные пространства предприятий» и гарантированно обеспечивает членам соответствующих онлайн-сообществ постоянную информированность о появлении в сети важных для них данных, сигналов и информационных ресурсов. Создание сообществ предприятий, построение которых создаст условия для выживания членов онлайн-сообществ в информационных пространствах с интенсивными информационными потоками. Построение сетевого механизма координации, который позволит извлечь максимальную

социально-экономическую выгоду от перевода информационных взаимодействий в онлайн.²

Повышение значимости фактора информации в эффективности деятельности предприятия. Информационная экономика создает общие предпосылки эффективной деятельности предприятия. Развитие каналов связи предприятия приводит к ускорению передачи информации между подразделениями, удаленными друг от друга на значительные расстояния, возможность управления подразделениями на расстоянии, контроль издержек, снижение издержек и т.д. Например, на уровне управления предприятием можно обеспечить координацию рыночного взаимодействия в технологических цепях; повышение качества управленческих решений на основе более полного учета внешней информации; выполнение многовариантных расчетов и имитационных моделей; обеспечение учета информации в режиме реального времени; рост плановости бизнеса на базе повышения информационной открытости предприятия; добиться эффективности закупок через электронные торговые площадки и т.д.

На уровне исполнителей возможно повышение производительности труда специалистов и сокращение операционных издержек в результате исключения этапа ручного ввода данных в автоматизированную систему, уменьшения бумажного документооборота, сокращения сроков обработки информации, уменьшения количества ошибок, увеличения числа одновременно обслуживаемых клиентов (обрабатываемой информации) без увеличения числа менеджеров. Кроме того, вполне реально обеспечить ускорение оборота активов в результате использования достижений логистики, более точного планирования поставок под конкретный заказ, уменьшения размеров складских площадей, арендуемых помещений, сроков обработки, исполнения и транспортировки заказа, организации сборки изделия из готовых узлов и т.д.

Повышение требований к организации деятельности предприятия. В условиях информационной экономики предприятие вынуждено обеспечить переход от региональных и национальных к глобальным стандартам качества, технологии, учета и других сторон своей деятельности.

Возможность роста теневой экономики. Информационная экономика повышает возможности предприятий в области развития теневой деятельности. Интернет как глобальная инфраструктура, не принадлежащая каким-либо собственникам и не контролируемая государствами, создает благоприятные возможности для теневой экономики, поскольку позволяет предпринимателям устанавливать хозяйственные связи и реализовывать продукцию в глобальном масштабе без государственной регистрации и

² Паринов С. Третья форма управления для сетевой экономики. 2006. <http://rvles.ieie.nsc.ru/parinov/net-form-.htm>.

Паринов С... Информационные взаимодействия в экономическом пространстве. 2006 <http://rvles.ieie.nsc.ru/parinov/net-model.htm>.

Соционет: информационное пространство для специалистов по общественным наукам. // Соционет, 2006. <http://socionet.ru/docs/>.

уплаты налогов. Развитию теневой деятельности в Интернете способствует то, что практически невозможно определить местонахождение виртуальной компании, наличие у нее разрешения или лицензии на осуществление предоставляемых услуг и т.д. Происходит глобализация теневой экономики, причем это относится и к ее криминальной составляющей (торговля оружием, запрещенными материалами и т.д.).

Изменение правил деятельности предприятий. Развитие информационной экономики приведет к тому, что в XXI веке не законодательство, а технологии будут определять новые правила электронной коммерческой деятельности. Это существенно изменяет условия деятельности фирм. Высокие административные барьеры и сложные регистрационные процедуры при этом должны быть сведены к минимуму. Должны быть выработаны основные принципы экономического регулирования электронной коммерции, и это регулирование должно быть ясным, гибким и однозначно трактуемым; соответствующие правила должны действовать вне государственных границ, не иметь пространственных и страновых барьеров. Телекоммуникационные рынки всех стран должны быть открыты для эффективной конкуренции, что ведет к снижению тарифов на национальные и интернациональные телекоммуникационные услуги. Условия проведения электронных транзакций в сети должны обеспечивать конфиденциальность, безопасность, тайну персональной информации и свободу слова. При этом развитие новых технологий в Интернете должно происходить открыто на основе рыночной конкуренции, а дискриминационное налогообложение недопустимо. Особое внимание должно быть обращено на защиту прав и на интеллектуальную собственность. Образование - основа развития глобальной экономики и предпринимательства в новом информационном пространстве.

Проявление уникальности предприятия. При осознанном использовании возможностей информационной экономики появляются возможности проявления уникальности предприятия. Информатизация экономической жизни вовсе не приводит к унификации структуры предприятия, правил его поведения на рынке и стиля предпринимательской деятельности. Для повышения конкурентоспособности предприятия особое значение имеет рациональное использование особых конкурентных преимуществ на основе информационных факторов роста, которыми обладает именно данное предприятие.

Возникновение синергического эффекта. Особенностью фирмы в условиях информационной экономики является возникновение синергического эффекта, под которым мы понимаем такие преимущества, которые возникают при соединении двух или большего числа факторов и приводят к повышению эффективности предприятия, что проявляется в росте производительности и (или) в снижении издержек производства, при этом

эффект совместных действий выше простой суммы влияния индивидуальных факторов.³

Информационные системы увеличивают эффективность деятельности предприятия, позволяя находить и обрабатывать большое количество разноплановой информации, соединять данные из разных источников, работать одновременно с одной и той же информацией многим сотрудникам. Точная и своевременная информация является критическим и ключевым моментом в процессе производства, начиная с принятия заказа от клиента и заканчивая выдачей готового товара со склада. Это позволяет резко ускорить оборот и эффективность использования средств и улучшить финансовое положение предприятия. Повышение производительности и эффективности работы предприятия обеспечивает потенциал для создания конкурентных преимуществ.

Вышеизложенное позволяет провести сравнительный анализ основных различий предприятий индустриальной и информационной экономики, представленный в таблице.

Таблица

Сравнительный анализ основных различий предприятий
индустриальной и информационной экономики

Признак	Основные характеристики предприятий в:	
	доинформационной экономике	информационной экономике
Устройство предприятия	Предприятия с четкой иерархической структурой, обособленными подразделениями и стабильными связями	Предприятия как посттейлоровские организации — сложные, неоднородные, динамические системы с нечеткой структурой и границами
Цель предприятия	Максимизировать производство продукции и удовлетворить массовый спрос	Максимизировать число продаж за счет наиболее полного удовлетворения требований заказчика
Движущая сила	Административные ресурсы, стремление к прибыли и т.д.	Человеческий капитал, как движущая сила бесконечных по своей природе информационных ресурсов
Характер труда	В основном при машинах и механизмах, используются автоматизированные технологические и производственные процессы	Во многом все производственные процессы автоматизированы. Труд направлен на создание и обслуживание информационных систем
Ориентация деятельности предприятия	Экономика, ориентированная на производство и на массового потребителя	Экономика, ориентированная на удовлетворение индивидуальных клиентов

³ Кудрявцев И.К., Лебедев С.А. Синергетика как парадигма нелинейности // Вопросы философии, 2002. — № 12. — С. 62-64.

Отношение к качеству продукции	Несколько разное отношение производителей и потребителей: создание продукции - прерогатива производителя, который во многом определяет ее качество; потребитель имеет право выбора продукции и тем самым «одобряет» или «не одобряет» качество продукции	Качество продукции формируется в процессе взаимодействия производителя и потребителя, что способствует сближению интересов производителей и потребителей. Понятие «продукт» во многом приближается к понятию «услуга».
Среда деятельности	Локальная среда деятельности	Глобальная среда деятельности
Характер рынка предприятия	Относительно стабильный и статический рынок, ситуацию на котором легко прогнозировать	Изменчивый и динамический рынок со сложно прогнозируемым вектором развития
Спрос на продукты, услуги	Относительно постоянный, устойчивый спрос на традиционные товары с элементами услуг и сервиса, «осторожный» спрос на инновационные товары	Спрос на разнообразные продукты совместно с услугами, стремление получать новые товары с исключительными характеристиками
Обновление продукции, услуг	Стабильный и достаточно длительный производственный цикл и жизненный цикл продукта, инновации применяются по желанию производителя	Резкое сокращение длительности производственного цикла и жизненного цикла продукции. Инновации становятся обычным, постоянным явлением
Качество продукции, услуг	Высокие, но все же ограниченные требования к качеству продукции (бездефектные товары, определяемые на основе объективного статистического контроля качества)	Высочайшие требования к качеству, которое становится субъективным понятием, зависящим от притязаний клиентов.
Конкуренция между предприятиями	Конкуренция ведется в основном в рамках национального рынка. Умеренная и не слишком агрессивная конкуренция. Наличие предприятий, мало зависящих от конъюнктуры рынка	Жесткая и очень агрессивная глобальная конкуренция, без границ. В интересах выживания предприятия должны теснее кооперировать с поставщиками и потребителями, обладать информацией о рынке
Структура предприятия	Устойчивая, иерархическая организационная структура с преобладанием вертикальных связей. Относительно постоянные стратегии и тактики деятельности, предсказуемый характер поведения предприятия на рынке.	Ради выживания и приспособления к непрерывно изменяющимся условиям существования, предприятия вынуждены постоянно перестраивать свою структуру и организацию работ, видоизменять стратегии и тактики своей деятельности и поведения в деловом мире.
Способ обеспечения стабильности предприятия	Централизованное управление предприятием. Обычные представления о хорошем предприятии — монолитная,	Адаптация к быстро меняющимся требованиям рынка, разворачивающихся на основе реинжиниринга деловых процессов

	устойчивая и централизованно управляемая организация	и тотального управления качеством
Форма координации деятельности предприятий	Рыночный механизм координации («невидимая рука» рынка), командный механизм, используемый в иерархических организациях («видимая рука» менеджера)	Образуется третья форма механизма координации, реализуемая через прямые равноправные согласования совместной деятельности по типу «все со всеми»
Формы интеграции предприятий	Разнообразные формы интеграции, от обособленного существования предприятий, различных договорных отношений до слияний и поглощений. Возникают альянсы, союзы, корпорации и другие формы кооперации и интеграции	Наряду с частично модифицированными старыми структурами возникают и сосуществуют новые на основе сетевых организаций, которые не могли бы существовать в прежних, доинтернетовских условиях.

Таким образом, информационная экономика изменяет ряд сторон функционирования, поведение и положение предприятия на рынке. Создается тесное взаимодействие между стратегией предприятия, использованием ресурсов и факторов производства на основе применения информационных систем. Выбор стратегии базируется на знании о сильных сторонах компании, которые следует использовать так, чтобы компания могла более полно удовлетворять потребности клиентов. Информационные системы содействуют росту конкурентоспособности компании, улучшая обслуживание клиентов, увеличивая ее долю на рынке, обеспечивая рост прибыли и т.д.