

организациях информационная подсистема должна функционировать как элемент единой автоматизированной системы управления, увеличивающей возможности руководства в принятии оптимальных решений.

Функциональные подсистемы производственно-хозяйственной деятельности существуют и развиваются на базе совокупности структурных единиц. К ним можно отнести рабочее место, производственную линию, участок, цех, основное и вспомогательное производство, отделы и службы предприятия, концерна. Поэтому, наряду с функциональными подсистемами выделяют структурные подсистемы или подразделения, включающие эти единицы. В общем, в системе управления предприятием компонентами его структуры будут:

объект управления (процесс производства, осуществляющийся на производственных участках, цехах)

управляющий орган (те отделы и службы, которые доводят до исполнителей задания руководства);

лицо принимающее решение (или менеджер-руководитель подразделений предприятия).

Все структурные подразделения, в краткосрочном периоде, объединены единой целью – максимизацией выпуска продукции при наиболее полной загрузке имеющихся мощностей и рациональном использовании ресурсов, а также в получении положительных результатов работы. Полная координация деятельности этих подразделений и наибольшая их эффективность может быть достигнута только на базе комплексного оптимального планирования.

ЛИТЕРАТУРА

Антошов В.А., Уваров Г.В. Экономический советник менеджера Уч.-пр. пособие: Мн.: «Финансы, учёт, аудит», 1996. – 320с
Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы: Учебно-методическое пособие. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 248с

Джеломанов Е.В., к.э.н.,

Белорусский государственный экономический университет, Минск, Республика Беларусь
eujel@tut.by

СУБЪЕКТНЫЙ СОСТАВ РЫНКА ИНФОРМАЦИОННОГО РЕСУРСА

В современных условиях информационная составляющая национальной экономики приобретает решающее значение для достижения и поддержания устойчивости экономического развития. Организационной формой существования информационного сектора экономики является соответствующий рынок. В связи с этим актуален вопрос об определении субъектного состава рынка информационного ресурса, который, очевидно, отличается от рынков традиционно анализируемых товаров и услуг.

Коллектив ученых НАН Беларуси выделяет следующие субъекты правоотношений при создании и эксплуатации информационных продуктов и услуг: разработчики; владельцы; пользователи; правообладатели; обработчики документированной информации в информационных системах и сетях; продавцы (дилеры); информационные посредники и покупатели [1, с.90]. Отметим, что принципиальным отличием от субъектов других рынков является наличие такого контрагента, как правообладатель. К недостаткам предлагаемого состава субъектов следует отнести его чрезмерную детализацию, которая больше подходит для анализа конкретного рынка.

В связи с этим теоретически более выверенной представляется позиция Е.А. Петровой, которая подразделяет все группы субъектов исследуемого рынка на две категории: продавцы и потребители информации [2, с.64]. Внутри группы продавцов она выделяет: собственники информации — субъекты, полностью реализующие права собственности, производители информации — осуществляют переработку информационных ресурсов, информационные посредники — обеспечивают передачу информационного продукта одним лицом другому, хранители информации — хранят информационные ресурсы и предоставляют доступ к ним собственников, владельцев и потребителей.

Потребители информации — субъекты, обращающиеся к собственнику информации или посреднику за получением необходимых информационных продуктов для использования их в своей деятельности [2, с.44]. Основным недостатком подхода Е.А. Петровой к исследованию рынка информационных продуктов и услуг является то, что он не содержит четкой дифференциации объекта последнего, под которым она понимает информацию, информационный ресурс и информационные технологии. Такая позиция приводит к сведению круга экономических интересов, определяющих поведение потребителей информационного ресурса, только к стремлению снизить неопределенность. Однако сюда необходимо включить еще и стремление к максимизации полезности от использования названного ресурса. Другим недостатком можно назвать разнородность критериев, используемых при дифференциации группы «продавцы». Так, при выделении субъекта «собственник» использовался критерий полноты реализуемых прав собственности в отношении информационного ресурса, производители и посредники выделены по отношению к процессу производства и доведения до потребителя, хранители — на основе технического критерия реализуемой функции по предоставлению доступа к названному ресурсу. Использование таких критериев было бы оправдано при построении многоуровневой иерархической классификации субъектов информационного рынка, но не при формировании теоретической схемы.

Группа российских исследователей рынка информационного ресурса во главе с И.И. Родионовым выделяет поставщиков и потребителей информации. При этом выделяются следующие группы поставщиков:

Издатели баз данных (от англ. database publishers) — юридические лица, подготавливающие базы данных с точки зрения их содержания и ответственности за отбор материала [3, с.167].

Операторы баз данных (от англ. vendors) — юридические лица, осуществляющие обработку баз данных на основе добавления стоимости и предоставляющие платные услуги [3, с.180].

Информационные брокеры — организации или лица, профессионально занимающиеся платным информационным обслуживанием внешних клиентов на коммерческой основе с использованием услуг специализированных информационных служб [3, с.186].

Библиотеки и информационные отделы предприятий. В современных условиях происходит повышение значимости этих традиционных субъектов рынка информационного ресурса. Объяснение этому кроется в том, что высокое качество информационного ресурса, достигаемое за счет тщательного отбора, оценки, обработки знаний и информации, является основой успеха фирмы.

Вторая группа участников информационного рынка трактуется при таком подходе достаточно широко — все группы специалистов, работающих в общественном производстве [3, с.192]. Они подразделяются по двум критериям: в зависимости от целей потребления информационного ресурса — конечные и промежуточные потребители; в зависимости от объекта рынка информационного ресурса — бизнес-потребители, домашние хозяйства и т.п.

Анализ групп субъектов, выделяемых этими исследователями, показывает, что в целом они выделяют те же группы, что и остальные ученые. Более детальную классификацию поставщиков целесообразно использовать при исследовании конкретного рынка информационных продуктов и услуг, а в теоретических исследованиях она является недостаточным основанием для получения результатов, обладающих необходимой степенью общности.

Отмеченное выше обстоятельство побуждает признать более выверенной позицию В.В. Година и С.Д. Подпругина. Годин В.В. выделяет потребителей (юридические и физические лица) [4, с.39] и поставщиков информационных продуктов и услуг (организации, занятые созданием, хранением и эксплуатацией баз данных и др.) [4, с.41]. Подпругин С.Д. в качестве субъектов рынка информационных продуктов и услуг называет продавцов (могут быть оптовыми и розничными; отечественными и зарубежными и т.д.) и покупателей (юридические и физические лица, решающие различные экономические задачи) [5, с.12]. Данные исследователи разделяют субъектов информационного рынка по основному критерию — позиция в процессе отчуждения товара или услуги.

Таким образом, для рынка информационного ресурса характерно наличие двух главных субъектов: продавцов и покупателей, что соответствует классическому субъектному составу любого рынка. Основным отличием от рынков материальных объектов здесь является возможность одновременного оперирования различными субъектами одним и тем же информационным продуктом. В связи с этим в составе субъектов необходимо разграничивать контрагентов, оперирующих названным ресурсом на основе права собственности и пользующихся им путем приобретения эксклюзивных или неэксклюзивных лицензий. Это проявляется в наличии таких субъектов, как производители, собственники, дистрибьюторы в группе продавцов, и потребители, пользователи и обработчики в числе покупателей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Экономические основы инновационной деятельности / П.Г. Никитенко [и др.] ; под науч. ред. П.Г. Никитенко, С.Ф. Ушакова. — Минск: НО ООО «БИП-С», 2004. — 121 с.
2. Петрова, Е.А. Современный информационный рынок: микроэкономический анализ закономерностей формирования и развития / Е.А. Петрова. — М.: Гелиос АРВ, 2004. — 128 с.
3. Рынок информационных услуг и продуктов / И.И. Родионов [и др.]. — М.: МК-Периодика, 2002. — 549 с.
4. Годин, В.В. Управление информационными ресурсами: 17-я модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 17 / В.В. Годин, И.К. Корнеев. — М.: «ИНФРА-М», 1999. — 432 с.
5. Подпругин, С.Д. Рынок информационных продуктов и услуг: сущность, эволюция и специфика : автореф. ... канд. экон. наук: 08.00.01 / С.Д. Подпругин; Байкальский гос. ун-т экономики и права. — Иркутск, 2004. — 24 с.