

Рис. 3. Схема информационно-распределительного механизма (на примере совместного использования маркетинговой информации)

Результаты исследований развивают теорию реорганизации структур управления предприятий, повышения их эффективности и конкурентоспособности в период трансформации экономической системы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Блинов А.О., Шапкин И.Н. Предпринимательство на пороге третьего тысячелетия.– М.: МАЭП, ИИП «Калита», 2000.– 294 с.
2. Горбунов А.А., Иванов С.Н., Асаул А.Н. Формирование региональных строительных комплексов в транзитивной экономике / Под общ. ред. А.А.Горбунова.– СПб.: Питер, 1999.– 236 с.
3. Головачев А.С., Суконка Н.В. Проблемы развития корпоративного управления и пути их решения на современном этапе // Проблемы управления. – 2003. - № 1(6). – С. 49-58.
4. Желиба Б., Авраменко Т., Веретин В. Был концерн – будет холдинг // НЭГ. – 1994. - № 11 (сак.). – С. 13.

5. Оксенчук Н. Холдинги в Беларуси. Миф или реальность? / Финансы. Учет. Аудит.– 2002.– № 2.– С. 47–48.
6. Зубакин В. «Вторая» экономика // Вопросы экономики.– 1994.– № 11.– С. 32–46.
7. Егорова Н.Е., Хачатрян С.Р., Королева Н.В., Маренный М.А. Методы измерений взаимодействия малого и крупного бизнеса в ходе реструктуризации предприятий.– М.: ЦЭМИ РАН, 2001.– 146 с.
8. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / Пер. с англ. под ред. Ю.Н.Каптуревского.– СПб: Изд-во "Питер", 1999.– 127 с.
9. Лебедев В.В. Математическое моделирование социально-экономических процессов.– М.: Изограф, 1997.– 238 с.
10. Багриновский К.А., Егорова Н.Е. Имитационные системы в планировании экономических объектов.– М.: Наука, 1980.– 286 с.

УДК 338.24:330.47
 Олешкевич Н.Н.

ИНФОРМАЦИЯ КАК ФАКТОР ПРОИЗВОДСТВА В ПРОЦЕССЕ УПРАВЛЕНИЯ

ВВЕДЕНИЕ

Для осуществления производства необходимы определен-

ные производственные ресурсы, называемые иногда факторами производства. В рамках неоклассической экономической

Олешкевич Наталья Николаевна, аспирант кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита Брестского государственного технического университета.

Беларусь, БрГТУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.

теории выделяют следующие факторы производства: труд, земля, капитал. В современном мире в связи с высоким научно-техническим прогрессом, разработкой автоматизированного оборудования и внедрением информационных технологий возрастает роль информации как производственного ресурса.

Под *информацией* понимаются сведения об окружающем мире, которые имеют форму символов как доступных, понятных человеку, так и требующих анализа, осмысления, расшифровки. В *управленческой деятельности* информация представляет собой совокупность сведений о состоянии управляющей и управляемой подсистем, а также окружающей среды [2]. Как *фактор производства* информация обеспечивает систематизацию знаний, материализованных в систему механизмов, машин, оборудования, моделей менеджмента и маркетинга [4].

В процессе управления производством руководитель оперирует понятием «экономическая информация» (англ. economic information) - сведения, уменьшающие неопределенность, недостаток знаний, дополняющие представление о социально-экономических процессах как в сфере производства, так и в непроизводственной сфере на всех уровнях и во всех органах.

Экономическую информацию следует отличать от понятия «экономические данные», которые представляют собой отображение экономических явлений, записанных на определенном языке на конкретных материальных носителях (показатели, записанные в документах, текстах или таблицах), но не связанных с определенной задачей или потребителем. Экономические данные только тогда становятся экономической информацией, когда заключенные в них сведения используются для решения определенной задачи и уменьшают неопределенность условий этой задачи.

ИНФОРМАЦИЯ, КАК ФАКТОР ПРОИЗВОДСТВА В ПРОЦЕССЕ УПРАВЛЕНИЯ

Экономическая информация исследуется в трех аспектах: синтаксическом; семантическом; прагматическом. *Синтаксический анализ* исследует отношения между знаками, представляющими экономическую информацию, отвлекаясь от их содержания и ценности для получателя. Он устанавливает важнейшие параметры информационных потоков, включая количественные характеристики, необходимые для выбора технических средств, осуществляющих сбор, регистрацию, передачу, хранение и переработку экономической информации. *Семантический анализ* рассматривает содержание экономической информации и способы его языкового представления (язык человека, компьютерные языки), но также не учитывает ее ценность (т.е. фактически рассматривает экономические данные). *Прагматический анализ* осуществляется для определения полезности экономической информации в процессе ее использования получателем для различных целей и принятия решений, т.е. именно прагматический анализ применяется в тех условиях, когда экономические данные превращаются в экономическую информацию.

Для каждого вида анализа существуют свои количественные оценки и критерии. Наиболее существенными для практического применения являются оценки полезности экономической информации, поскольку они позволяют определить *потребительскую ценность* поступившей информации с точки зрения возможности ее использования в процессах прогнозирования и управления экономикой. Оценка потребительской ценности экономической информации определяется совокупностью ее качественных характеристик и носит *противоречивый* характер. Среди основных *качественных характеристик* любой информации следует выделить:

1) *достоверность и точность информации*. Если информация является недостаточной или приблизительной, возможно принятие решения с непредвиденными, негативными последствиями. *Противоречие* заключается в том, что абсолютно достоверной и точной информации не существует, а

приближающаяся к ней информация быстро устаревает, и в связи с этим, мало пригодна для принятия успешных управленческих решений. Повысить уровень достоверности информации можно не только через использование более надежных источников ее получения, но и при помощи эффективных методов ее обработки, определения целей ее преобразования, интерпретации применения;

2) *своевременность получения информации*. В этом случае *противоречие* заключается в следующем. Требование более раннего предоставления информации часто связано со значительными материальными и финансовыми затратами (например, применение специальных программ ЭВМ, привлечение дополнительных человеческих ресурсов и др.). С другой стороны, запоздалая информация также не приводит к положительному практическому эффекту. Для решения данной проблемы требуется рациональный, компромиссный подход к формированию информационной системы предприятия, учитывающий его финансовую обеспеченность и достижение необходимого уровня своевременности получаемой информации;

3) *полнота информации*. В распоряжение руководителя должна поступать информация в достаточном объеме, обеспечивающем эффективное решение поставленных задач. Усеченная (редуцированная) информация способна резко снизить эффективность управленческой деятельности или даже привести к ошибкам в управлении. Вместе с тем требование полноты информации иногда граничит с ее избыточностью. Как полнота информации, так и ее неполнота не имеют объективных критериев и ограничений. Это объективное *противоречие*, которое разрешается в процессе творческого труда каждого руководителя.

Информация является основным *предметом труда* руководителей всех уровней управления и специалистов.

Еще марксистской школой была проанализирована стоимость произведенного товара, исходя из использованных в процессе производства ресурсов. Эта стоимость имеет вид:

$$c + v + m,$$

где *c* – часть стоимости, превращенная в постоянный капитал (денежная сумма, израсходованная на средства производства);

v – часть стоимости, превращенная в переменный капитал (денежная сумма, израсходованная на рабочую силу);

m – прибавочная стоимость, полученная в процессе производства товара.

В связи с тем, что роль информации в коммерческих операциях (производственных и непроизводственных) постоянно возрастает, и доля затрат предприятия на ее приобретение и генерирование увеличивается, целесообразно выделять в стоимости товара часть, израсходованную на привлечение информации (*i*). Кроме этого, все больше фирм в современных условиях работают непосредственно с информацией, когда средствами производства, предметами труда и продукцией является информация в различных формах. Тогда марксистская формула может принять вид:

$$c + v + m + i.$$

Как и любой фактор производства, информация имеет свою *цену*. Например, для производственного предприятия она может складываться из затрат на изучение спроса и анализ рынка, приобретение технологии и разработку ноу-хау, маркетинговые исследования и т.п.

Конечный результат управленческой деятельности оценивается по эффективности деятельности предприятия. Т.е. насколько используемая управленцами информация повлияла на повышение его прибыльности. Для такой оценки можно использовать показатель рентабельности (эффективности) информационных затрат:

$$P_i = \frac{\text{Прибыль}}{\text{Затраты на информацию}}.$$

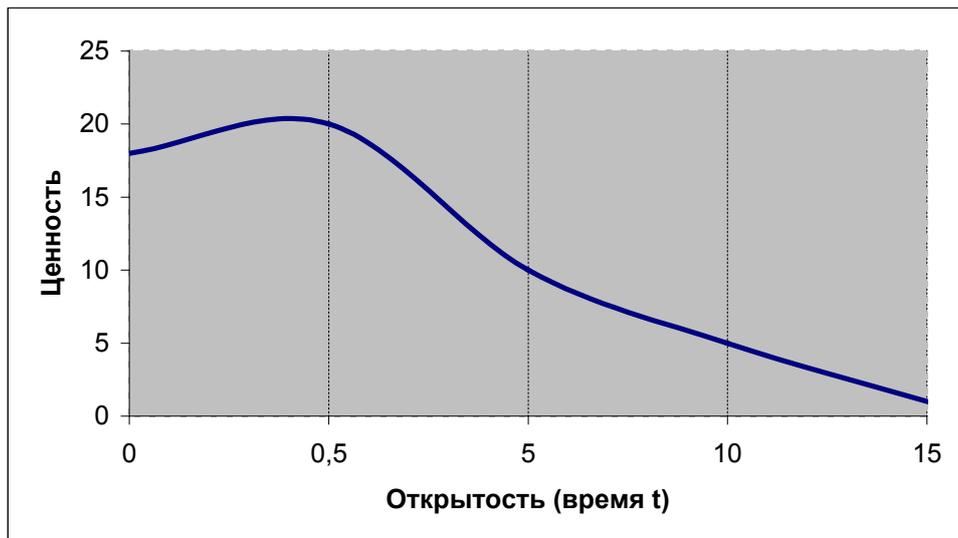


Рис. 1. Зависимость ценности информации от ее открытости (доступности)

Таким образом, *эффективность* информационных затрат характеризуется величиной прибыли, приходящейся на 1 рубль соответствующих затрат, и определяет *ценность информации*.

Цена информации напрямую зависит от ее ценности. Т.е. чем выше ценность информации (а значит и ее потенциальная эффективность), тем дороже она стоит.

Ценность информации тем выше, чем ниже степень ее открытости для широкого круга пользователей, которая в свою очередь во многом зависит от фактора времени (рис. 1).

Низкую степень открытости имеет информация, составляющая служебную или коммерческую тайну. Т.е. когда информация имеет действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности ее третьим лицам, к ней нет свободного доступа на законном основании, и обладатель информации принимает меры к охране ее конфиденциальности (п. 1 ст. 140 ГК). Сведения, которые не могут составлять служебную или коммерческую тайну, определяются законодательством. Это, например, сведения о юридических лицах, правах на имущество и сделках с ним, подлежащие государственной регистрации, сведения, подлежащие представлению в качестве государственной статистической отчетности и др. Информация, составляющая служебную или коммерческую тайну, защищается законодательством. Право на защиту нераскрытой информации от незаконного использования возникает независимо от выполнения в отношении этой информации каких-либо формальностей (ее регистрации, получения свидетельств и т.п.) и действует до тех пор, пока сохраняются условия, предусмотренные пунктом 1 статьи 140 ГК. Лицо, обладающее нераскрытой информацией, может передать все или часть сведений, составляющих содержание этой информации, другому лицу по лицензионному договору. Лицензиат обязан принимать надлежащие меры к охране конфиденциальности информации, полученной по договору, и имеет те же права на ее защиту от незаконного использования третьими лицами, что и лицензиар. Обязанность сохранять конфиденциальность информации лежит на лицензиате и после прекращения лицензионного договора, если соответствующие сведения продолжают оставаться нераскрытой информацией. [1]

Различный уровень руководителей, их различная компетентность и сферы деятельности предполагают различия в способах сбора, хранения, обработки и использования информации. Но при этом любая информация вначале подвергается декомпозиции, т.е. аналитическому расчленению на отдельные

составные части, фрагменты, эпизоды. Затем из этих фрагментов создается новая модель информационной структуры, построение которой основывается на индивидуальном опыте, знаниях и аналитико-синтетических способностях руководителей и специалистов разных уровней, а также их интуиции.

Информация, используемая в управленческой деятельности, требует тщательной подготовки. Прежде всего, из нее должен быть устранен так называемый информационный шум – та информация, которая не имеет прямого отношения к процессам управления. Однако здесь нет универсальных методов и приемов. Руководители с высоким уровнем творческих способностей, богатым опытом, а также основываясь на интуиции, могут из неорганизованной *«шумящей» информации* извлечь намного больше полезных сведений, чем начинающие менеджеры из обработанной и всесторонней. *Главная проблема* в данном случае состоит в том, что при неосторожном обращении с информацией вместе с информационным шумом может быть выброшена информация о новых возникающих рынках сбыта, колебаниях конъюнктуры, оригинальных научно-технических или экономико-организационных нововведениях. Чтобы снизить риск потери такой информации при принятии и реализации управленческих решений руководитель должен использовать как эвристические, так и формализованные процедуры. А чтобы повысить результативность компрессии (сжатия) информации, особенно стратегически важной, необходимо проводить ее многоцелевую обработку.

Одной из особенностей информации как фактора производства является возможность ее *многократного использования*. Однако такая возможность может привести к появлению определенных психологических стереотипов у управленческого персонала. Очевидно, что понятия, которыми оперирует экономика и управление, не остаются неизменными, а постоянно совершенствуются, насыщаются новым смыслом, новым содержанием. Но многократное повторение истин, причин, следствий, решений, стандартов отвлекает от критического восприятия информации в новых условиях. Происходит непреднамеренное вуалирование, а иногда скрытие новых фактов, явлений, особенностей и закономерностей объективного мира. Такая проблема использования информационных ресурсов носит исключительно психологический характер. Ее решение зависит непосредственно от качества работы управленца, его внимательности и творческих способностей.

Человеческий фактор всегда оказывает влияние на результаты использования информационных ресурсов в процессе управления предприятием. Современные *информационные*

технологии позволяют несколько уменьшить степень этого влияния. К тому же экономическая информация имеет ряд особенностей, облегчающих применение компьютерных методов анализа и синтеза:

- большинство экономических показателей измеряется в количественном выражении (стоимость, объем продукции, прибыль и т.п.);
- цикличность, характерная для большинства производственных и хозяйственных процессов, позволяет многократно использовать созданную программу;
- объемность информационных потоков (детальная информация об экономических процессах позволяет применять математические модели для прогнозирования и управления ими);
- возможность контроля за достоверностью информации (передача и обработка экономической информации осуществляется лишь на юридически оформленном носителе - документе с подписью, электронном сообщении с кодом и т.п.).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Применение компьютерных систем обработки информации позволяет улучшить такие ее качества, как точность, своевременность, объективность, доступность, удобство восприятия. При этом следует ожидать дополнительных затрат на формирование систем обработки информации и подготовку специалистов, их обслуживающих.

Эти затраты всегда оправданы, но не каждое предприятие в состоянии их произвести. Успешно действующее предприятие всегда ищет возможности наладить систему информационного обеспечения, отвечающую требованиям современной рыночной конъюнктуры. И совсем иначе обстоит дело с предприятиями, испытывающими финансовые затруднения или находящимися в кризисной ситуации. Информационное

УДК 339.138 (075.8)

Савчук И.М.

РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ В УСЛОВИЯХ СЕРВИСНОЙ ЭКОНОМИКИ

ВВЕДЕНИЕ

Активное формирование рынка недвижимости в странах с переходной экономикой характеризуется неравномерным развитием отдельных сегментов, несовершенной законодательной базой и недостаточно высокими платежеспособностью граждан и инвестиционным потенциалом юридических лиц.

Рынок недвижимости – это определенный набор механизмов, посредством которых передаются права на собственность и связанные с ней интересы, устанавливаются цены и распределяется пространство между различными конкурирующими вариантами землепользования [2].

С точки зрения автора, более полным будет определение рынка недвижимости как комплекса отношений, связанных с созданием новых и эксплуатацией уже существующих объектов недвижимости [3].

Рынок недвижимости является составной частью рыночного пространства. Он характеризуется спросом, предложением, ценой, инфраструктурой. К основным функциям рынка недвижимости относятся: информация о ценах, спросе и предложении; посредничество – установление связей между потребителем, спросом и предложением; свободное формирование цены на объекты недвижимости и защита прав собственности. К числу объектов недвижимости относятся земельные участки, леса и многолетние насаждения, участки недр и водные объекты, жилая, коммерческая и общественная недвижимость.

обеспечение для таких предприятий не менее важно, чем материальное и финансовое.

В общем, информационные, материальные и финансовые ресурсы нельзя рассматривать по отдельности, поскольку они находятся в тесной *взаимосвязи*. Так, информационные ресурсы позволяют наиболее полно обеспечить материальные и финансовые потребности предприятия. В свою очередь материальная и финансовая обеспеченность субъекта хозяйствования дает возможность повысить качество информации как фактора производства.

При управлении кризисным предприятием использование качественной информации позволяет оптимально обеспечить материальные потребности производства, определить выгодные рынки сбыта произведенной продукции и сформировать эффективные денежные потоки. Все это позволяет субъекту хозяйствования преодолеть кризис и выйти на новый уровень развития.

Таким образом, на любой стадии экономического развития предприятия менеджер (руководитель) должен уделить внимание формированию качественной информационной системы с минимальным риском возникновения внутренних противоречий. При этом эффективность произведенных затрат должна соответствовать заданному уровню.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь от 07.12.1998 г. с изм. и доп.
2. Лебедев О. Т., Каньковская А. Р. Основы менеджмента. Учеб. пособие. - СПб, 1998. – 192 с.
3. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т. 1. Кн. 1. Процесс производства капитала. – М., 1969. – 907 с.
4. Экономическая теория: Системный курс: Учеб. пособие / Под ред. Э. И. Лобковича. – Мн., 2000. – 664 с.

Однако эффективное функционирование рынка недвижимости во многом определяется уровнем развития экономической системы в целом, ее типом (индустриальная или сервисная), уровнем развития и практической реализации маркетинговой концепции управления. Рынок недвижимости – объект мало исследованный, маркетинговая деятельность на данном рынке находится в стадии формирования. Это делает проблему исследования данного рынка, анализ запросов и предпочтений потребителей весьма и весьма актуальной.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Одной из отличительных особенностей современного периода является переход развитых стран от так называемой индустриальной экономики к сервисной [4]. В первую очередь это связано с тем, что сфера услуг превращается в движущую силу хозяйственного развития. Сфера услуг является одной из самых перспективных, быстроразвивающихся отраслей экономики. В промышленно развитых странах доля услуг в валовом внутреннем продукте превышает 70%. При этом одновременно происходит увеличение численности занятых в сфере услуг. В «сервисной» экономике идет процесс установления интерактивных (диалоговых) и постоянно отслеживаемых отношений с потребителями, направленных на максимизацию степени их удовлетворенности.

Именно услуги оказываются сегодня в центре современной экономики, как это было в свое время с промышленностью (в индустриальной экономике).