слово на вес золота

информационное содержание бизнес-процессов при решении задач управления конкурентоспособностью

Суть любой управленческой деятельности состоит в коммуникационном, иначе говоря, информационном обмене между участниками бизнес-процессов, обусловленном осуществлением управленческих функций. Это же в полной мере относится и к управлению конкурентоспособностью, которое требует обеспечения бизнес-процессов актуальной, достоверной, объективной, своевременной информацией.

Гаврилов А.В.
аспирант, участник исследований по проблемам конкурентоспособности и экономической эффективности российских промышленных предприятий, Институт региональных экономических исследований
ru9shift@yandex.ru

Применение информационных аспектов в управлении конкурентоспособностью предполагает рассмотрение информации в качестве фактора экономического роста, экономических основ создания информации, информационного производства, реального рынка доступных предприятию информационных продуктов,

Важно, что здесь речь идёт об информации в широком смысле этого слова. Информация выступает составным компонентом всех элементов процесса труда – и предметом труда, и средством труда, и значимой частью рабочей силы трудящихся индивидов. Следовательно, всякий совершаемый человеком процесс труда направлен либо на преобразование информации, либо на изменение формы ее представления, то есть предполагает информацию в качестве предмета труда.

Общепризнанно, что в производственных системах информация имеет экономическую сущность. В подтверждение рассмотрим взгляды некоторых авторов к пониманию экономической сущности информации, что необходимо для понимания возможностей её оценки в системах управления конкурентоспособностью.

информация в современных условиях является ведущим производственным ресурсом

В работах Р. Коуза показано, что любые экономические связи основаны на информации, что получение ее требует определенных затрат, и в любой момент времени эта информация неполна.

В фундаментальном труде О.М. Юнь исходит из того, что материальные и энергетические потоки в производственных системах следует рассматривать как потоки материализованной в них информации.

Ряд авторов рассматривают рынок как информационное пространство, в котором формируются ресурсные потоки. Рынок как открытая система при этом характеризуется непрерывным обменом информацией через механизм цен. Ф. Хайек рассматривает конкуренцию как процедуру открытия каналов информации.

В работе К.К. Вальтуха предложена формула для определения информационной стоимости чистой продукции:

$$Y^H = H^N + H^L + H^W ,$$

где Y^H – информационная стоимость чистой продукции за период t;

H^N – информационная стоимость природных ресурсов, затраченных в антропосферном производстве за период t и относящихся к числу невоспроизводимых ($i \in RM$) в течение этого периода;

H^L – информационная стоимость, вновь созданная общественным трудом за период t;

H^W – разница между информационной стоимостью природных ресурсов, загрязненных отходами производства за период t, на начало и конец периода.

Информация в современных условиях является ведущим производственным ресурсом. Вид ведущего ресурса определяется сформулированной и реально осуществляемой миссией организации. Информация может эффективно использоваться в современных производственных системах лишь после формирования информационных потоков, специально организованных для использования в определенных производственных процессах.

ново на вес
золота

Информационные потоки производственной системы рассматривает в своих работах А.П. Ковалев на модели потоков энергии, массы и информации. При этом потоки энергии и массы и соответствующие им потоки стоимости могут рассматриваться как потоки информации, материализованные в соответствующих носителях. Вследствие чего любое мероприятие, связанное с формированием новой информации в производственной системе, должно оцениваться по его влиянию на ресурсную ситуацию.

В целом управление конкурентоспособностью предприятия может быть представлено как непрерывный процесс производства, накопления, трансформации и передачи информации между участниками этого процесса.

Динамизм современного рынка заставляет предприятия искать новые подходы к работе с корпоративной информацией в управлении конкурентоспособностью. По мнению А.Г. Даниша, с которым мы вполне согласны, необходимо, совершенствовать возможности комплексного программного обеспечения. Реализовать такое управление информацией можно только в рамках единого информационного пространства, готового к постоянному изменению бизнес-процессов предприятия. К сожалению, современные системы управления оперируют внутренней информацией предприятия, не уделяя должного внимания информации макросреды, в силу чего не позволяют работать в едином информационном поле.

Технически преодолеть этот недостаток возможно путём создания единого информационного портала с аналитическими возможностями – единое информационное пространство для всех функциональных подразделений. В этих целях целесообразно предложить новую концепцию информационной структуры, на базе которой в будущем, возможно было бы построение систем управления конкурентоспособностью.

В качестве методологической основы данной системы может быть использована модель повышения конкурентоспособности на осно-

Ключевые слова:
информация, конкурентоспособность, бизнес-процесс, стоимость бизнеса, производственная система

ве роста стоимости бизнеса с использованием определенных видов экономической информации.

Осуществление мероприятий, ведущих к росту стоимости бизнеса, требует использования знаний, все многообразие которых может быть сведено к трем основным базам:

- финансовой;
- маркетинговой;
- организационно-технической.

Обоснование такой классификации заключается в функциональной сущности знаний, входящих в вышеуказанные базы, каждая из которых должна структурироваться в зависимости от поставленных задач. При этом крайне важно установить соответствие между параметрами потребностей заказчиков и вариантами решений об облике элементов бизнес-процесса.

Совокупность потребностей различных заказчиков можно представить в виде множества $A = \{A_1, A_2, ..., A_n\}$, где A_i ($i = \overline{1, n}$) – множества параметров потребностей различных категорий заказчиков; n – количество категорий заказчиков.

Совокупность вариантов решений об облике элементов бизнес-процесса также представим в виде множества $B = \{B_1, B_2, .., B_m\}$, где B_j ($j = \overline{1, m}$) – множества решений об облике элементов бизнес-процесса, удовлетворяющих интересам i-ой группы заказчиков.

Каждому элементу множества А можно поставить в соответствие элемент множества В, так как любое управленческое решение и его реализация, приводящие к изменению какого-либо элемента бизнес-процесса или поддержанию его в определенном виде, являются реакцией менеджмента предприятия на некое состояние рынка, на котором отражаются интересы и предпочтения контрагентов. Иными словами, у любого элемента множества В существует прообраз из множества А.

Каждому подмножеству A_i ($i = \overline{1, n}$) множества А можно поставить в соответствие элементы подмножества Bj множества В. Причем каждому множеству будет соответствовать совокупность подмножеств B_{ik} ($i = \overline{1, n}$; $k = \overline{1, s}$), где

необходимо, совершенствовать возможности комплексного программного обеспечения

S – количество баз знаний, используемых при формировании решений (в рассматриваемом случае S = 3).

Таким образом, множеству A_1 ставятся в соответствие три подмножества – B_{11},B_{12},B_{13}. В данном случае f_{ik} ($i = \overline{1, n}$; $k = \overline{1, 3}$) представляет собой способ отображения, то есть некоторые ограничения, возникающие при установлении соответствий (f_{11} соответствует отображению через маркетинговую базу знаний, f_{12} – отображению через организационно-техническую базу знаний и f_{13} – отображению через маркетинговую базу знаний).

Объединение множеств B_{11},B_{12},B_{13} образует множество C_1, характеризующее общие для всех трех баз знаний варианты решений, соответствующие параметрам потребностей заказчиков группы A_1. Аналогично могут быть установлены соответствия между остальными множествами A_i и B_{ik} ($i = \overline{1, n}$; $k = \overline{1, s}$), в результате чего получим совокупность множеств C_i ($i = \overline{1, n}$).

На пересечении полученных множеств будет находиться множество показателей, характеризующих определенные варианты решений. Они будут в одинаковой степени удовлетворять потребности всех заказчиков, проявляющиеся через все рассматриваемые базы знаний.

В рамках каждой производственной системы и бизнес-процесса объект управления может быть описан набором показателей. Оценка и анализ рассогласования фактических показателей с планируемыми позволяют выявить направление и характеристики управляющих воздействий, которые должны вернуть значения показателей в планируемые пределы и тем самым сохранить тренд в направлении роста конкурентоспособности.

Таким образом, в динамике может быть осуществлен мониторинг состояния бизнес-процессов предприятия, важность которого обусловлена изменяющимся во времени внешним окружением и внутренними процессами, ведущими к изменению в соответствующих базах знаний.

в целях упорядочения и управления жизненным циклом информации, целесообразно ее классифицировать на маркетинговую, финансовую, налоговую и т.д.

Для практической реализации такой системы наиболее важным представляется создание подсистемы приобретения знаний, которая действовала бы в режиме постоянного пополнения и обеспечивала отслеживание изменений во внешнем окружении предприятия и внутри него. На наш взгляд, эта задача может быть наиболее эффективно решена с использованием инструментария прямого приобретения знаний SIMER+MIR, разработанного в ИПС РАН под руководством Г.С. Осипова, и программ для контент-анализа.

Выполнение блоков 1 и 2 целесообразно осуществлять с использованием традиционных методик формирования бизнес-процесса, дополненными формализованными методами формирования технических решений. Выбор стоимостной модели может производиться по методике, описанной в известной работе [9], а расчет прироста фундаментальной стоимости бизнеса — по методике Ю.Я. Еленевой.

Подсистема накопления внешней информации в данной системе служит для сбора исходных данных макроокружения. В их числе информация о конкурентной активности, уровне конкуренции товарных рынков, продукты-аналоги, колебания цен, уровень потребительского спроса, предпочтения, изменения законодательства, курсы валют, фондовый рынок.

В целях упорядочения и управления жизненным циклом информации, целесообразно ее классифицировать на маркетинговую, финансовую, налоговую и т.д. Кроме того, необходимо программно создать параметрические характеристики исходной информации по каждому классификационному разделу. Тогда будут наглядно видны происходящие изменения и складывающиеся тенденции. Например, традиционные: доля рынка, индекс Харфиндала-Хиршмана, собственные индексы цен и другие, самостоятельно созданные индивидуальные индексы.

Имея параметрические характеристики, можно строить модели рыночных ситуаций с разбивкой на уровни, что позволит быстро получать

Литература

1. Юнь О.М. Производство и логика: Информационные основы развития. – М.: Новый век, 2001.
2. Нижегородцев Р.М. Эволюционная теория экономических изменений. – М.: Финстатинформ. 2000.
3. Коуз Р. Фирма, рынок и право. – М.: Экономика, 1993.
4. Henkin G., Polterovich V. (1999): A Difference-differential Analogue of the Burgers Equation and Some Models of Economic Development // Discrete and Continuous Dynamic Systems. Vol. 5. №4.
5. Slatter S. Corporate Strategy. NY.: Penguin, 1984.
6. Ковалев А.П. Стоимостный анализ. – М.: МГТУ «Станкин», 2000.

ИПО для ВУЗов экономика

готовую информацию для принятия решений, а не набор исходных данных для проведения дальнейшей аналитической работы. Во многом состав собираемой информации будет индивидуален для предприятий. К примеру, обрабатывающим предприятиям важны цены на сырье, машиностроительным – на продукцию проектировщиков и поставщиков материалов и комплектующих изделий и т.д.

Вышеизложенное свидетельствует о том, что, информация в ее широком понимании выступает неотъемлемым ресурсом предприятия и одновременно продуктом его деятельности. Это позволяет по-новому трактовать сущность конкурентоспособности и путей её повышения.

На наш взгляд, повышение конкурентоспособности тесно связано и, более того, основано на обеспечении высокого уровня управления информационным содержанием всех бизнес-процессов. Можно сказать, что решение вопросов управления конкурентоспособностью и ее повышения должно основываться на применении стоимостного подхода к управлению, управлении информационным содержанием бизнес-процессов и формировании устойчивости развития предприятия.

Важно добиваться проработки информационно-экономических аспектов устойчивого роста конкурентоспособности на основе стратегического развития предприятия, способных быть основой для комплекса методов управления предприятием с использованием информационной теории стоимости, стоимостного подхода и устойчивости развития.

КЭ

Литература

7. Даниш А.Г. Устойчивость информационной инфраструктуры как основа модели устойчивого развития // Концептуальные вопросы устойчивого развития: Материалы V Всероссийской интернет-конференции по проблемам эконофизики и эволюционной экономики. – Екатеринбург, 2006.

8. Осипов Г.С. Приобретение знаний интеллектуальными системами. – М.: Наука, 1997. – 214 с.

9. World Bank (2005): World Development Indicators 2005. Http://www.worldbank.org/data/wdi2005.

10. Еленева Ю.Я. Анализ конкурентоспособности продукции на этапах предпринимательского процесса // Организатор производства, 1996. – №2.