

Таблица 2 – Итоговая оценка конкурентоспособности

Наименование показателя	ПРУТ им. Даумана	УП «Витебское»	ПРУТ 1 Мая
Конкурентоспособность предприятия	0,02	0,01	0,002

Такой методический подход к оценке конкурентоспособности предприятия дает возможность анализировать влияние отдельных факторов, обеспечивающих конкурентное положение предприятия на рынке, а также оценивать возможные последствия их изменения в будущем. Упрощенная методика оценки может быть использована для оценки конкурентоспособности торфопредприятий. Достоинством оценки конкурентоспособности предприятия с помощью пирамиды является то, что она удобна в применении, наглядна и, самое важное, позволяет объективно оценить конкурентоспособность предприятий.

Список использованных источников

1. www.cfin.ru/management/strategy/estimate_competitiveness.shtml

SUMMARY

In article is offered author's methods of the complex estimation to competitiveness to peat industry with reference to with the result that it is revealed that competitiveness is defined by means of buildings and calculations of the volume of the pyramid, which base is a polygonal figure, consisting of poles vector beam, characterizing internal competitive advantage of the enterprise: competitiveness to product, financial condition of the enterprise, efficiency to marketing activity, profitability of the sale, image enterprises, efficiency of management. The Enterprise, having maximum volume of the pyramid, is a leader.

УДК 338.24:330.47

МЕСТО ИНФОРМАЦИИ В СИСТЕМЕ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА

Н.Н. Олешкевич

Введение

Возрастающие потребности человека и общества оказывают стимулирующее воздействие на развитие производственно-экономической сферы. Сначала результатом этого воздействия было разделение труда, затем открытия в науке и технологии и, наконец, вовлечение в производственные процессы новейших факторов производства – предприимчивость, время, информацию. Долгое время эти факторы производства дополняли и обслуживали совокупность факторов, рассматриваемых в традиционной экономической теории (труд, земля, капитал). Однако современный уровень развития производственно-экономической сферы и общественных потребностей требует качественно нового способа использования экономических ресурсов, который бы обеспечивал всестороннее вовлечение указанных факторов, и прежде всего – информации, в производственно-экономический процесс.

МЕСТО ИНФОРМАЦИИ В СИСТЕМЕ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА

Как *фактор производства*, информация обеспечивает систематизацию знаний, материализованных в систему механизмов, машин, оборудования, моделей менеджмента и маркетинга. [5]

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.

Информация исследуется на предмет ее *потребительской полезности*. Оценка потребительской полезности экономической информации носит противоречивый характер и определяется совокупностью следующих качественных характеристик:

1) *достоверность и точность информации*. Если информация является недостаточной или приблизительной, возможно принятие решения с 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 малоприспособна для принятия успешных управленческих решений. Повысить уровень достоверности информации можно путем использования более надежных источников ее получения, эффективных методов обработки, определения целей ее преобразования;

2) *своевременность получения информации*. В этом случае *противоречие* заключается в следующем. Требование более раннего предоставления информации часто связано со значительными финансовыми затратами. 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. 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

$$c + v + m + I .$$

Рассматривая информацию как фактор производства, можно выделить ряд ее особенностей. Первая особенность – информация не имеет материально-вещественной формы. Другая особенность проявляется в том, что оценка пригодности информации к использованию в процессе управления предприятием и формы вовлечения ее в производственный процесс определяется непосредственно руководителем в соответствии с его субъективными взглядами,

целями и предпринимательскими способностями. А поскольку предприимчивость проявляет себя прежде всего в работе с информацией (информационные потоки о конъюнктуре рынка, технологиях, др.), целесообразно рассматривать объединенный элемент стоимости произведенного товара – часть, израсходованная на вовлечение предприимчивости, информации и обеспечение их взаимодействия (**ipr**). Тогда совокупность элементов стоимости произведенного товара может быть представлена следующим образом:

$$c + v + m + ipr .$$

Третья особенность фактора производства «информация» проявляет себя в актуальности, или в длительности периода, в течение которого она может быть эффективно использована. По истечении такого периода информация становится устаревшей, неактуальной и непригодной для использования в процессе управления.

Для оценки эффективности вовлечения в производственный процесс фактора «информация» можно использовать показатель рентабельности (эффективности) информационных затрат (**Ри**):

$$Ри = \text{Прибыль} / \text{Затраты на информацию} .$$

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

Как и любой фактор производства, информация имеет свою *цену*, которая напрямую зависит от ее ценности. Т.е. чем выше ценность информации, 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).

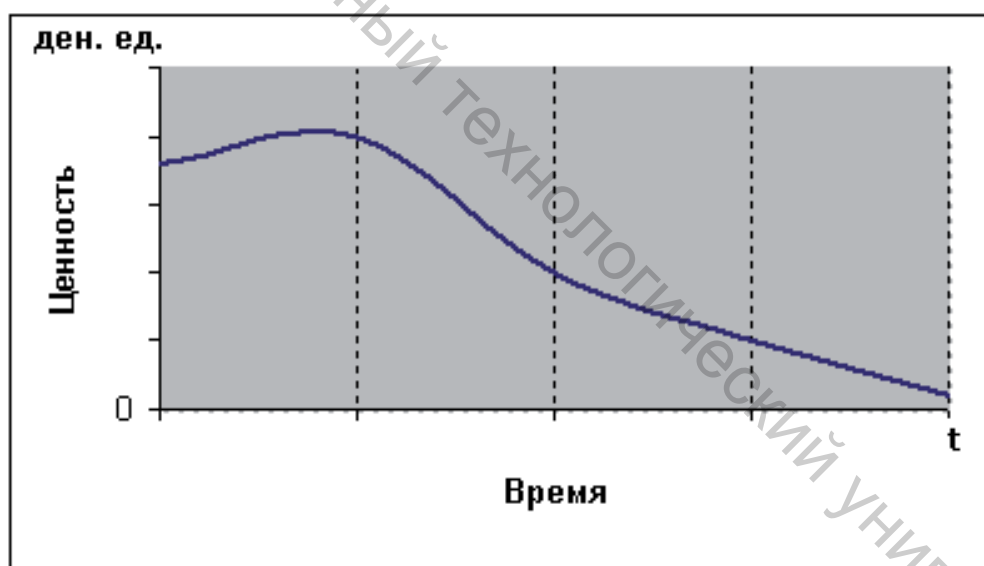


Рисунок 1 - Зависимость ценности информации от времени ее использования

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 (п. 1 ст. 140 ГК).

В современном экономическом мире повышенным спросом пользуется именно закрытая информация (коммерческая тайна), т.к. содержит сведения о преимуществах потенциальных конкурентов и их слабых сторонах. Для получения такой информации заинтересованные лица часто применяют незаконные действия, например, влияние через аффилированных лиц, подкуп инсайдера и ряд других. Однако существуют случаи, когда ценность информации тем выше, чем больше степень ее открытости и доступности для пользователей (например, реклама).

Закключение

В современном мире возрастает роль информации как производственного ресурса. 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. На любой стадии экономического развития предприятия менеджер должен уделять внимание формированию качественной информационной системы с минимальным риском возникновения внутренних противоречий.

Список использованных источников

1. Республика Беларусь. Гражданский кодекс Республики Беларусь от 07.12.1998 г. № 218-3 с изм. и доп. [Электронный ресурс] // Национальный правовой Интернет-портал. – 2007. Режим доступа: <http://pravo.by/webnpa/text.asp?RN=НК9800218> . – Дата доступа: 15.05.2007.
2. Антология экономической классики. Предисловие И. А. Столярова. – М.: МП «ЭКОНОВ», «КЛЮЧ», 1993. – 475 с.
3. Лебедев, О. Т. Основы менеджмента. Учеб. пособие. / О. Т. Лебедев, А. Р. Каньковская. - СПб, 1998. – 192 с.
4. Маркс, К. Капитал. Критика политической экономии. Т. 1. Кн. 1. Процесс производства капитала. / К. Маркс. – М., 1969. – 907 с.
5. Экономическая теория: Пособие для преподават., аспирантов и стажеров/ Н. И. Базылев, С. П. Гурко, М. Н. Базылева и др.; Под ред. Н. И. Базылева, С. П. Гурко. – Мн.: Книжный дом, Экоперспектива, 2004. – 637 с.

SUMMARY

The newest factor of manufacture "information", its qualitative characteristics is studied. The basic contradictions arising at use of the information in operation of business are revealed, and ways of their sanction are offered. The estimation of consumer utility of the information and efficiency of its use at the enterprise is offered. The way of updating of marxist model of calculation of cost of the made goods in view of factors of the information and enterprise is offered. III. 1. Bibl. 5.