

УДК 330.47

Информация как фактор образования новых видов экономических структур**Шакиров Р.Р.**

Кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономической теории
Казанского государственного технического университета им. А.Н.Туполева

В статье анализируются преимущества развития экономики, основанной на знаниях, определяется роль информации в образовании новых видов экономических структур.

Ключевые слова: информация, сетевая организация, новая экономика, транзакционные издержки, конкурентные преимущества, рынок.

Необходимость разработки новой парадигмы информационного общества, характеризующейся созидательно-творческим характером и учитывающей возрастание зависимости государства, предпринимательских структур и домохозяйств от объемов и качества информационной составляющей факторов и результатов производства, определена взаимообусловленностью процессов модернизации экономической системы и достижением информационными процессами качественно нового пространственно-временного уровня развития; социально-экономическим потенциалом информационной ренты, которая может не только дополнять эффект использования сырьевого потенциала государства, но и стать источником дохода, существенно превышающим долю поступлений от природной ренты в национальном богатстве, что должно положительно отразиться на динамике всех макроэкономических показателей; прямой зависимостью конкурентного потенциала субъектов предпринимательства и государства от объема и содержания информационных ресурсов.

Происходящий в настоящий момент процесс глобализации складывается из множества глубоких трансформаций, совершающихся в различных сферах человеческой деятельности. Переплетаясь и взаимодействуя, они создают в общественной жизни новое качество, которое больше, чем сумма отдельных элементов. К такому качественному изменению можно отнести появление «новой экономики».

Целесообразно выделение в процессе глобализации двух этапов: первоначального, связанного с возникновением «информационной экономики» (постиндустриальной), при котором информация, как и

традиционные факторы производства, продолжает оставаться объектом собственности, и последующего, качественно отличного этапа – «экономики знаний», связанного с принципиальным переходом от базирования традиционной индустриальной экономики на основе объектов собственности к объектам владения, что уже проявляется в зарождении «новой экономики».

Информационно-технические сети видоизменяют трудовые отношения и процессы бизнеса на предприятиях. Внутренняя информационная сеть дает достаточно поводов для быстрого и гибкого реагирования организации на часто изменяющиеся пожелания клиентов, что возможно лишь в том случае, если сотрудники владеют актуальной информацией, самостоятельно принимают решения и несут большую ответственность за успех предприятия.

В «новой экономике» на первое место выходит уровень образования и квалификации индивида. Зависимость успехов экономики от знаний – явление не новое. Но если раньше можно было рассчитывать на то, что однажды приобретенной квалификации в сочетании с полученным опытом работы будет достаточно для успешной карьеры в этой организации на длительный период, то сегодня модель предприятия с фиксированной базой знаний уже устарела. В конкурентной борьбе за источники сырья XXI в. – информацию и знания – выигрывает только тот, кто создаст условия для их развития.

Таким образом, в качестве основной тенденции развития мировой экономики можно выделить не просто количественное изменение в пользу взаимозависимости экономических систем и увеличения в

них третичного сектора, а такую качественно новую стадию изменений, обусловленных тремя важнейшими факторами: глобализацией, информатизацией, возникновением «экономики знаний», которые благодаря, в первую очередь, информационным и коммуникационным изменениям привели к появлению «новой экономики». Данные изменения оказали влияние на структуру и политику занятости, на смещение приоритетов в обеспечении конкурентоспособности с помощью качества человеческого капитала.

Наиболее перспективные теоретические разработки связаны в последнее время с решающим значением знаний и компетентности сотрудников для развития организаций, деятельность которых во все большей степени зависит от наличия информации, обучения персонала и усвоения новшеств. Расширение доступа к знаниям, ставшее возможным благодаря информационной революции, меняет саму природу отношений. П. Друкер в докладе «Бизнес и управление», сделанном на конференции «Создание новых организаций» еще в 1994 г., отметил, что в XXI в. изменятся принципиальные основы деятельности предприятий – от базирующихся на рациональной организации к базирующимся на знаниях и информации [1, с. 83].

Новизна подхода к выделению новых структур в современной экономике строится на выделении принципиальных отличий «неоэкономики» – экономики знаний – и отнесении современного этапа экономического развития к подготовительному, который можно охарактеризовать как информационный.

Предлагается следующая эволюция форм организации бизнеса, позволяющая выделить принципиальные этапы и их характеристики в экономиках различного типа (табл. 1).

Наиболее перспективной формой является сетевая структура. Понятие «сети» применяется в различных контекстах. В литературе по менеджменту оно используется в отношении специфических организационных структур (сетевая организация),

международных организационных структур (мультинациональные фирмы в интегрированной сети), специфических для определенной культуры форм (японские кейретцу) или специфических форм коллективной организации (стратегические сети).

Сетевая организация может включать в себя внутренние и внешние сетевые структуры. В первом случае кооперационная деятельность концентрируется на отношениях между центральным органом и децентрализованными филиалами. Его типичной формой является транснациональная фирма. Внешние структуры характеризуются сотрудничеством с внешними партнерами и носят также название динамических или стратегических сетевых структур.

Исходным пунктом в развитии транснациональных фирм являлось выделение трех классических стратегий интернационализации: интернациональной, мультинациональной и глобальной. Если фирма присутствует в сверхдинамичной среде, требующей как локального приспособления, так и глобальной интеграции, то для этого необходима транснациональная стратегия и соответствующая организация, что требует одновременной реализации мультинациональной гибкости, глобальной эффективности и беспрепятственного доступа к знаниям. Решающими признаками при этом являются:

- мультинациональная гибкость: непрерывное наблюдение за отдельными рынками и применение системы ранних индикаторов являются предпосылкой для успешного развития рыночных инноваций;

- глобальная эффективность: в рамках транснациональной стратегии фирмы стремятся к тому, чтобы посредством глобальной интеграции их предпринимательская деятельность осуществлялась с меньшими издержками. Достижение этих преимуществ связано, прежде всего, со стандартизацией продуктов и процессов;

- безграничный доступ к знаниям.

Еще одним требованием к транснациональным фирмам является свободная передача собственных

Таблица 1

Эволюция организационных форм бизнеса

Этап	Классический промышленный	Неоклассический промышленный	Информационная экономика	Экономика знаний
Период	1900-1950 гг.	1950-1980 гг.	С 1980 г.	XXI в.
Среда	Стабильность, простота	Неожиданно, узнаваемо	Динамизм, комплексность	Новаторство
Структура	Иерархическая структура	Матричная структура	Союзы, холдинги, сетевые и виртуальные структуры	Познающая, самообучающаяся, творческая организация
Стиль руководства	Авторитарный	Направляющий	Демократичный	Вдохновляющий
Метод взаимодействия	Принуждение	Взаимодействие	Гибкость	Доверие
Мотивация	Справедливость	Вознаграждение	Оценка вклада	Самореализация
Ориентация	Эгоцентрическая	На команду	Объединение преимуществ	На культуру
Цель	Выживание	Эффект масштаба	Эффект синергии	Творчество

знаний и доступ к ним со стороны всех участвующих подразделений. Знания распространяются с помощью коммуникационных сетей, что повышает предпринимательский успех. Транснациональная фирма отклоняется от принципа выравнивания всех подразделений, так как они имеют различные локальные рынки и компетенции. Роль отдельного подразделения зависит от стратегического значения зарубежного рынка для общей стратегии концерна и от уровня компетенции филиала.

Под стратегическими сетевыми структурами понимаются организационные формы, пытающиеся реализовать конкурентные преимущества через кооперацию между юридически самостоятельными, но экономически зависящими друг от друга подразделениями. Возникающие отношения в большинстве случаев регулируются долгосрочными договорами. Фирма может быть задействована в различных стратегических сетевых структурах, что является частым случаем широко диверсифицированного концерна. Посредством данной структуры фирмы получают доступ к ресурсам, местным рынкам и инновациям.

Стратегическая сеть открывает шансы в получении конкурентных преимуществ. Сокращение времени на освоение рынка является основным мотивом для формирования и развития стратегических сетей. Использование ноу-хау в рамках всего концерна существенно укрепляет позиции фирмы. Стратегические сетевые структуры наиболее стабильны в случае, если отдельные части взаимно дополняют друг друга. Узкая компетенция и специфические конкурентные преимущества являются хорошей базой для создания стратегической сети. Эти качества являются важными предпосылками для успешной работы в условиях высокой динамичности и неопределенности на международных рынках. Стратегические сети позволяют добиться более быстрой реализации идей, быстрого обмена информацией. Освоение зарубежных рынков часто является возможным только посредством кооперационных отношений, позволяющих обойти ряд правовых и политических ограничений. Кроме того, происходит снижение уровня риска для отдельных участников. Посредством разумного использования индивидуальных сильных сторон снижается вероятность неудачи в целом.

Стратегические сетевые структуры могут строиться как на вертикальных, так и на горизонтальных отношениях. Вертикальный уровень включает, например, связи с поставщиками, осуществлявшиеся ранее на рыночной основе. В качестве примера можно назвать характер взаимодействия между поставщиками и производителями в автомобильном секторе. В этой сфере на смену традиционным договорным отношениям все больше приходит кооперация, включающая часто совместные разработки и полную ответственность поставщиков за качество.

В динамично меняющихся условиях среды предпринимательства необходимо учитывать сокращение продолжительности жизненного цикла продукта, рост затрат на НИОКР, глобализацию рынков и все больший учет запросов клиента. Все элементы, участвующие в разработке нового продукта, должны быть одновременно интегрированы в процесс. Концепция виртуальных структур позволяет учесть эти новые требования среды. Термин «виртуальность» заимствован из компьютерного сленга, где он впервые был использован для описания определения «виртуальной памяти», в основе которого лежит использование периферийных устройств в качестве дополнительного резервного ресурса, повышающего мощность информационной системы в целом. Виртуальный объект располагает признаками, которые могут не быть физическими, но иметь результативность. Виртуальные фирмы представляют сетевые объединения людей, организаций или фирм, использующих совместно ресурсы и решающих определенные проблемы клиентов. Таким образом, посредством разделения и кооперации способностей, издержек и возможностей доступа к рынку достигаются конкурентные преимущества. В этих фирмах отказываются от жесткой институционализации функций и от господства иерархических принципов. На основе общей идеи и доверительных отношений фирма в состоянии получить в короткое время преимущества.

Преимущества данной формы находятся в различных областях: мотивационное воздействие: через передачу ответственности различным партнерам на основе доверительных отношений происходит усиление их мотивации. Они несут в полном объеме ответственность за результат и могут оценить свой вклад в успех фирмы; улучшение коммуникации: доверие повышает готовность передачи важнейших данных. Отсутствует асимметричность информационного обмена; улучшение кооперации: доверие создает предпосылки для улучшения отношений между фирмами, что приводит к лучшему результату; лучшее решение проблем в группах: взаимное доверие создает открытую атмосферу при обмене идеями и инновационными решениями. Виртуальные партнеры инвестируют ресурсы в совместный поиск альтернативных возможностей; снижение издержек: данные отношения прямо или косвенно приводят к сокращению издержек как внешних (переговоры, контроль), так и внутренних (координационные).

Виртуальные фирмы отличаются следующими качествами: отход от материальной формы: в этих фирмах процесс получения результата характеризуется преимущественно работой с нематериальными объектами как в части конечного продукта, так и в части используемых производственных факторов (информация, знания, коммуникация); отсутствие местонахождения: не играет никакой роли, где находятся отдельные участники, так как они интег-

рированы в компьютерные сети. Эти фирмы могут присутствовать по всему миру и использовать за счет этого преимущества различных мест дислокации; независимость от временного фактора: эти фирмы независимы от временных ограничений; ориентация на компетенцию и процесс: если фирма усиленно концентрирована на своей компетенции, то происходит изменение в разделении труда между партнерами. Партнер предлагает лишь свою компетенцию, а не продукт в целом, который возникает только при объединении усилий. Создание стоимости рассматривается как процесс, отдельные части которого распределены между отдельными участниками; отсутствие необходимости в некоторых традиционных материальных активах, например, зданиях и сооружениях; индивидуализация: тенденция отхода от массового производства к решению специфических проблем клиентов характеризуется степенью индивидуальности. В этих фирмах осуществляется интеграция с клиентом в процессе получения результата.

Необходимыми предпосылками создания виртуальной структуры являются доверие партнеров, готовность привнести свое ноу-хау в проект и желание учиться у других. Эти фирмы идеально подходят для освоения зарубежного рынка, так как многие рынки имеют большое количество правовых и политических ограничений. Виртуальная фирма преодолевает эти барьеры, так как может осуществлять коорди-

нацию благодаря использованию информационных технологий. Виртуальное сотрудничество снижает риск собственной деятельности и облегчает кооперацию с местными партнерами.

Таким образом, при условии достижения необходимых доверительных отношений внедрение виртуальных структур позволит получить ряд преимуществ на различных уровнях, обеспечивающих лучшее удовлетворение запросов клиента при снижении издержек.

Литература:

1. Друкер П. Управление, нацеленное на результаты. – М.: Технологическая школа бизнеса, 1994. – 228 с.

Information as a Factor of New Types of Economic Structures Development

R. Shakirov

The Kazan State Technical University named after A.N. Tupolev

The article analyzes the advantages of development of knowledge-based economics and defines the role of information in development of new types of economic structures.

Key words: information, network organization, new economics, transaction expenses, competitive advantages, market.

