

Список литературы:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. – М.: Аспект Пресс, 2004.
2. Моисеенко Н.А. О нетрадиционном подходе к оценке перспектив развития туризма (туризм, Hill, рекреация, экология, воспроизводство). – Невский фонд, 2007.
3. <http://otherreferats.allbest.ru/management>.
4. http://www.0ck.ru/menedzhment_i_trudovye_otnosheniya/metody_upravleniya_organizaciej.html.
5. <http://www.webarhimed.ru>.

ИНФОРМАЦИЯ КАК ФАКТОР ПРОИЗВОДСТВА

© Хатухова К.В.*

Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова,
г. Нальчик

В статье раскрыты особенности информации как специфического фактора производства, показано возрастание роли информации в современных условиях.

Ключевые слова: информация, информационное богатство, информационные коммуникации, электронный бизнес, научно-техническая информация, ценность информации, информационная экономика, информационные сигналы, информационные ресурсы, информационные услуги, информационные блага.

За последние два десятилетия роль информации в экономических отношениях существенно увеличилась. Вся человеческая жизнь основана на обмене знаниями и опытом с другими людьми. Все большее значение приобретает информационное богатство. Информация порождает новые рыночные ниши, расширяет совокупное предложение и спрос, резко повышает емкость рынка. Оценка стоимости информации как экономического блага становится важной, но одновременно и сложной задачей для многих экономических субъектов.

Стремительное развитие информационных коммуникаций, которые могут использоваться в экономической деятельности, превращение информации в экономическое благо, появление новых форм электронного бизнеса требуют научных обобщений и теоретических разработок, позволяющих выявить суть и оценить последствия растущего влияния информации на общество и экономику. В этой связи имеется потребность в упорядочивании и

* Студент.

систематизации научных знаний об информации в пересмотре взглядов о ее месте в системе экономических отношений [3].

Информация – это сведения об окружающем мире (объектах, явлениях, событиях, процессах и т.д.), которые уменьшают имеющуюся степень неопределенности, неполноты знаний, отчужденные от их создателя и ставшие сообщениями, которые можно воспроизводить путем передачи людьми устным, письменным или другим способом. Информация, являясь отражением материальной сущности, служит способом описания взаимодействия между источником информации и получателем.

Информация достоверна, если она не искажает истинного положения дел. Информация адекватна, если с помощью полученной информации об объекте, процессе или явлении создается их образ определенного уровня соответствия. Информация полна, если ее достаточно для понимания и принятия решений. Информация своевременна, если она не потеряла актуальность и несет в себе сведения, необходимые в данный момент для понимания и принятия решений.

Кроме этих свойств информации можно оценить ее ценность – меру расширения совокупности сведений, которыми располагает потребитель информации при ее получении и интерпретации, степень снижения состояния неопределенности.

Общественной формой осуществления процесса производства информации выступает наука. Данное определение подчеркивает, что наукой считается трудовая деятельность человека по получению новой информации. Наукой называется также и совокупный результат этой деятельности – сумма всей полученной человечеством к данному моменту информации, в совокупности образующей единую логическую систему, называемую научной картиной мира [2].

Информация, овеществляясь во всех компонентах системы производительных сил общества, выступает составным элементом всех моментов процесса труда – и предметом труда, и средством труда, и составной частью живого труда. Многофункциональность информации и возможность ее быстрого перевоплощения из одних моментов процесса труда в другие обеспечивают данной производительной силе одну из ведущих ролей в развитии системы производительных сил современного общества.

Информация, используемая в процессе производства новой информации и овеществленная в средствах производства, называется научно-технической информацией.

Информационное производство проникает во все отрасли хозяйства и во все моменты процесса жизнедеятельности людей. Информация стала ведущей производительной силой современного общества, поскольку информационное производство определяет пути и темпы развития экономических систем, диктует характер технических, организационных и структурных изменений.

Функционирование информации в качестве всеобщей, универсальной производительной силы своевременного общества ставит перед экономической наукой вопрос о том, как отражается производство и потребление информации в производительных процессах на типе и характере экономического роста [4].

Перемещение информации как ведущей метод производства характеризует новый, информационный, тип экономического роста, не сводимый ни к какой комбинации экстенсивного и интенсивного типов.

Характерная отличительная черта данного типа роста состоит в том, что потребление научно-технической информации в системе общественного производства, в отличие от потребления вещества и энергии, снижает и повышает организованность, упорядоченность среды, в которой осуществляется производительный процесс.

Подобно тому, как информация выступает универсальным фактором производства, в некотором смысле позволяющем преодолеть ограниченность других ресурсов, так и работа с информацией способна в известных пределах заменить собою оперирование вещественными факторами производства – впрочем лишь постольку, поскольку это позволяет текущий уровень развития производительных сил.

Таким образом, определение информации как фактора производства было сделано с точки зрения исследования участия информации в экономической деятельности [1].

Как экономическая категория информация обладает рядом особенностей, отличающих ее от традиционных факторов производства.

Поэтому особый интерес представляет изучение сущности и характеристик информации и знаний, а также анализ процесса производства информации и ее обращения в качестве ресурса и товара.

Очевидно, что в условиях информационной экономики на первый план выдвигаются скорость и качество обработки новых информационных сигналов, появляющихся знаний. Стремительность получения экономической действительности влияет на неопределенность и устойчивость компаний, рынков, национальных экономик.

Это позволяет сделать вывод о том, что информация выступает в качестве экономического ресурса не только в определенных формах и при наличии определенного содержания, но и в конкретное время. Материальные ресурсы в процессе производства переносят свою стоимость на товары и услуги, в результате чего после окончания производственного цикла перестают существовать. Информация не исчезает, но перестает иметь экономическую ценность из-за потери актуальности или невозможности ее применения. Можно говорить о том, что информация обладает свойством ограниченности в определенное время, поэтому от скорости ее получения и использования зависят выгоды, получаемые от ее применения в хозяйственной деятельности.

Информационные ресурсы – непосредственный продукт интеллектуальной деятельности наиболее квалифицированной и творчески активной части населения [2].

Развитие современных информационных услуг в мире стало возможным только благодаря тому, что в большинстве стран существовали общедоступные и недорогие службы передачи данных.

Информация сегодня рассматривается в качестве одного из важнейших ресурсов развития общества. Существование ряда свойств информации, аналогичных свойствам традиционных ресурсов, дало основание использовать многие экономические характеристики (цена, стоимость, издержки, прибыль и т.д.) при анализе информационного производства. По своей природе информация является общественным благом. Однако в определенный момент времени информация может быть и частным благом. Примером тому может послужить какая-либо внутренняя информация фирмы, касающаяся исключительно потенциала развития предприятия в данный момент времени. Вместе с тем неуничтожимость в процессе использования, возможность наличия информации у множества людей одновременно благодаря тому, что в процессе передачи информации она приобретает получателем, но не исчезает у отправителя, а также сложность деления информационного блага на отдельные части позволяют определить информацию как общественное благо [5].

Информационные блага, как общественные, так и частные, независимо от формы их существования, удовлетворяют определенным потребностям субъектов рынка и обеспечивают достижение ими тех или иных целей, что обуславливает наличие у информационных товаров потребительной стоимости. В свою очередь, экономическая ценность информационных благ создается и в процессе труда, для чего требуются определенные затраты. Принципиально важной особенностью информационного продукта является механизм формирования цены на него. Если для материальных товаров и многих услуг существует возможность определения цены товара с позиции затрат на его производство, то для информационных продуктов определяющим, как правило, является их полезность, а точнее, тот эффект, которого можно достигнуть при дальнейшем использовании информационных товаров. Полезность знаний для покупателя зависит от полезности решений, получаемых при помощи знания.

В экономической деятельности информация как средство снижения неопределенности и риска представляет большую или меньшую ценность для потребителя, исходя из уровня и полезности принимаемого решения, а также от степени снижения неопределенности.

Таким образом, исследование информации как экономического ресурса, выявление ее роли и возможностей использования в экономике является

сегодня одной из наиболее актуальных, сложных проблем, стоящих перед экономической теорией.

Список литературы:

1. Агапова Т.А., Серегина С.Ф. Макроэкономика. – М., 2011. – Серия: Учебники МГУ им. М.В. Ломоносова.
2. Емяков А.Д. К понятию информации: учебное пособие. – М., 2012.
3. Микроэкономика: учебное пособие / Б. Корнейчук. – 2-е издание. – М., 2012.
4. Ситник Н.П. Влияние информации на человека. – М., 2012.
5. www.vevivi.ru.

КЛАССИФИКАЦИЯ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ РЫНКА

© Христова Е.Ю.*, Колбасова М.Д.♦

Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток

В статье рассмотрены различные подходы к пониманию факторов, влияющих на функционирование рынка, с точки зрения маркетинга и менеджмента и выделены их особенности и отличительные черты.

Ключевые слова: рынок, факторы внешней среды, факторы внутренней среды.

Рынок как экономическая категория постоянно изменяется под воздействием условий, обусловленных влиянием политической, экономической, демографической, природной и прочей среды. При исследовании рыночной среды определяется ряд важных факторов, а также степень их влияния на изучаемое явление.

Группировка факторов по тем или иным признакам называется классификацией факторов. Она позволяет выяснить причины исследуемых явлений, точнее оценить место и роль каждого фактора [23, с. 30-35].

Компании, ориентированные на увеличение прибыли, внимательно изучают факторы, которые так или иначе влияют на деятельность фирмы, для того, чтобы максимально использовать открывающиеся им возможности и свести к минимуму потенциальные угрозы.

Савицкая Г.В., Чуев И.Н., Чечевицына Л.Н. предлагают следующую классификацию факторов (табл. 1) [17, с. 85; 24, с. 43-47; 23, с. 33].

* Ассистент кафедры Маркетинга, коммерции и логистики ШЭМ ДВФУ.

♦ Студент.