



УДК 339,92

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ В БИЗНЕСЕ

© Ю.В. Перфильева¹, Л.И. Кравцова², К.Л. Ястребов³Иркутский государственный технический университет,
664074, Россия, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 83.

Проведен обзор периодических изданий и документов, касающихся экономической деятельности предприятий. Выявлены организации в России и за рубежом, которые уполномочены предоставлять экономическую информацию о деятельности фирм. Определена роль информационного обеспечения в эффективности внешнеэкономических связей.

Библиогр. 3 назв.

Ключевые слова: источники экономической информации; коммерческая информация; средства коммуникаций.

BUSINESS INFORMATION SUPPORT

Yu.V. Perfilyeva, L.I. Kravtsova, K.L. Yastrebov

Irkutsk State Technical University,
83 Lermontov St., Irkutsk, 664074, Russia.

The article reviews periodicals and documents dealing with the economic activity of enterprises. It identifies the organizations in Russia and abroad that are authorized to provide economic information on company activities. The role of information support in the efficiency of foreign economic relations is determined.

3 sources.

Key words: sources of economic information; commercial information; means of communication.

Открытие экономических границ в конце двадцатого столетия вовлекло Россию в активно протекающую в мире глобализацию экономических процессов. К этому моменту благодаря росту и развитию транснациональных корпораций уже была создана иная – экономическая – карта мира, которая не совпадает с политической и отражает интересы транснациональных корпораций, а также зоны их реального внешнеэкономического действия.

Российские участники внешнеэкономических связей, имеющие небольшой опыт во внешнеэкономической сфере, оказались перед лицом жёстко поделённого мирового рынка с мощной инфраструктурой. Поэтому все важные вопросы экономики: что выпускать, в каком количестве и по какой цене, трансформировались в вопросы о поиске мировых партнёров, союз с которыми позволит, используя инновационные стратегии, войти со своим продуктом в распределение мирового дохода, перераспределив его в сторону своих интересов.

Важным этапом во внешнеторговых операциях является поиск необходимой информации о рынках, ценах, клиентах, товарах. Но её сбор и анализ – дело весьма трудоёмкое. Коммерческая информация, как и любая другая, включает в себя множество накоплен-

ных знаний и понятий. Поскольку всё большее число предприятий нашей страны самостоятельно выходит на внешний рынок, их интересует информация о зарубежных предприятиях, а также стандартах качества и научно-технических достижениях. Руководитель предприятия может иметь полную информацию об иностранных фирмах, инвестиционном климате и рынках зарубежных стран. Для этого достаточно научиться работать со справочниками, годовыми отчётами компаний, деловой экономической литературой, газетами, журналами и другими источниками средств массовой информации, а также со справочниками и современными электронными картотеками банков и кредитбюро, картотеками-терминалами информационных компьютерных сетей. Но прежде чем пользоваться источниками информации, надо знать, где их найти.

Вся экономическая информация, которая используется при анализе той или иной проблемы, может быть разделена на три вида: статистическая, бухгалтерская и оперативная. *Статистическая информация* отражает общую картину состояния и развития национального хозяйства, освещает ход социально-политических процессов в стране или её частях. *Бухгалтерская информация* показывает процесс развития каждого отдельного предприятия и служит осно-

¹Перфильева Юлия Владимировна, кандидат технических наук, доцент кафедры мировой экономики, тел.: 89025122860, e-mail: Perf-yuliya@yandex.ru

Perfilyeva Yuliya, Candidate of technical sciences, Associate Professor of the Department of World Economy, tel.: 89025122860, e-mail: perf-yuliya@yandex.ru

²Кравцова Лина Ивановна, кандидат технических наук, профессор, зав. кафедрой начертательной геометрии и технического черчения, тел.: 89086616534, e-mail: klaid@istu.edu

Kravtsova Lina, Candidate of technical sciences, Professor, Head of the Department of Descriptive Geometry and Technical Drawing, tel.: 89086616534, e-mail: klaid@istu.edu

³Ястребов Константин Леонидович, доктор технических наук, профессор кафедры мировой экономики, тел.: 89086476118, e-mail: jarosvet@istu.edu

Yastrebov Konstantin, Doctor of technical sciences, Professor of the Department of World Economy, tel.: 89086476118, e-mail: jarosvet@istu.edu

вой анализа его хозяйственно-финансовой деятельности. *Оперативная информация* – это сведения, которые необходимы для текущей деятельности, для принятия оперативных решений. В качестве подобной информации могут выступать как официальные статистические показатели, так и неопубликованные данные, являющиеся результатом непосредственного наблюдения, личного опыта, различных экспериментов и т.д. [1, с. 66].

Современная система международной статистики является сложным механизмом, в котором одни организации разрабатывают статистическую методологию, программы наблюдения, а другие осуществляют сбор, обработку и публикацию статистических данных. Всё многообразие сборников, выпускаемых различными организациями по различным сферам экономической деятельности, ставят вопрос об унификации методов сбора информации, её статистической обработке, сопоставимости классификаторов, участвующих в международном обмене товаров и услуг, видов деятельности, единиц измерения и т.д. Сотни различных организаций в зарубежных странах заняты сбором исходной информации, её аналитической обработкой, хранением и распространением на коммерческой основе. В их число входят органы государственной статистики, исследовательские и консультационные фирмы, торгово-промышленные палаты и торговые издательства, ассоциации производителей и др. Усилиями этих организаций разнородная информация приводится к сопоставимому виду, выстраивается во временные ряды различных показателей, которые позволяют без особого труда определить общие тенденции динамики мирового рынка. Также они незаменимы при разработке различных прогнозов. Кроме этого, сегодня нам представлена возможность получения практически любой информации благодаря международной компьютерной сети Internet.

В связи с практическими потребностями появилось новое направление анализа конъюнктуры рынка – анализ фирменной структуры рынка, на который планирует выход та или иная организация. Специалисты выясняют степень и особенности концентрации производства и капитала, уровень монополизации рынка, межфирменные связи на нём, фирменные цены, степень загрузки производственных мощностей, оценивают конкуренцию на рынке.

Информация является своеобразным ресурсом, а её источник – это места и форма хранения. Места хранения информации – это организации, накапливающие и распространяющие информацию, такие как государственные органы, торговые палаты, НИИ, учебные институты, библиотеки, бюро, ассоциации и союзы, банки, биржи, кредит-бюро, консультационные и информационные фирмы и агентства, дипломатические и торговые представительства, представительства фирм, выставки, ярмарки, вычислительные центры. Источниками хранения и распространения информации являются доклады, информационные записки, книги, пресса, рекламные издания, справочники, каталоги, терминалы компьютерных сетей, радио, телевидение, информационные отчёты фирм и

наглядная реклама.

Перечислим организации, предоставляющие необходимую предприятиям информацию в Российской Федерации.

Одной и наиболее значительных является Торгово-промышленная палата РФ (ТПП) – ведущая общественная организация, содействующая развитию внешнеэкономических связей нашей страны. Её членами являются российские организации и предприятия, участвующие во внешнеэкономических связях, а также член-корреспонденты – зарубежные организации. Главная задача ТПП РФ – оказание реальной помощи бизнесу и защита интересов потребителей. Основные функции ТПП – обучение, экспертиза, оказание консультационных услуг, формирование банка данных по всем областям экономики, патентование промышленных образцов и изобретений и многое другое. В региональных центрах действуют территориальные торгово-промышленные палаты, филиалы есть во всех крупных городах. Палата имеет 19 представительств в зарубежных странах, принимает участие в 9 российско-иностраных торговых палатах. Для обеспечения своей информационной работы ТПП имеет развитую компьютерную информационную сеть.

Другим видом организаций по предоставлению необходимой информации являются банки, имеющие лицензии на валютные операции (прежде всего, Внешэкономбанк, Внешторгбанк), в картотеке которых несколько тысяч иностранных организаций, фирм и банков.

Огромный фонд материалов по любым коммерческим вопросам, контактам, конъюнктуре и ценам имеет библиотека Всероссийского научно-исследовательского конъюнктурного института МВЭСРФ (ВНИКИ). Пользование фондами библиотеки осуществляется на платной основе. Кабинет фирм ВНИКИ может за плату выдать необходимые пользователю справки, а также предоставить возможность воспользоваться фирменными справочниками и годовыми отчётами.

Коммерческую информацию также могут предоставить: Национальный автоматизированный банк обмена информацией на ВЦКП ТПП РФ; автоматизированная информационно-поисковая система «Фирмы» МВЭС РФ; международные компьютерные сети организаций (например, «Новости»); внешнеэкономические объединения МВЭС РФ, министерств, ведомств; некоторые совместные предприятия, в сферу деятельности которых входит консультирование, маркетинг, поиск партнёров. Различные кооперативы, организации, союзы, ассоциации окажут помощь в поиске зарубежного партнёра, либо предоставят адреса и телефонные номера зарубежных организаций, способствующих международному бизнесу.

За рубежом необходимую информацию предоставят:

– *кредит-бюро*, где за короткий срок опытные консультанты дадут сведения от небольшой справки о фирме до подробного отчёта о её деятельности. Кроме этого они предоставляют и конфиденциальную информацию, поступающую от их агентов в других компаниях, банках, государственных органах. Круп-

нейшими в мире кредит-бюро являются: «Дан энд Брэдстрит» (США), «Кредитшутцфербанд» (Австрия), «Дейтастрим» (Великобритания), «Космос» (Италия), ДАФСА (Франция). С середины 1980-х годов 85% рынка фирменной информации контролировали практически две компании – американская «Дан энд Брэдстрит» и австрийская «Кредитшутцфербанд». «Дан энд Брэдстрит», крупнейшая компания на рынке фирменной информации, имеет дочерние фирмы более чем в тридцати странах мира с годовым оборотом в 1,8 млрд дол. Компания предоставляет широкий ассортимент экономико-информационных услуг, в числе которых выдача кратких и более подробных справок по фирмам, составление тематических подборок по фирмам (в том числе по отдельным отраслям), составление и публикация фирменных страновых и региональных справочников (общее число наименований превышает 50). Её базы данных хранят информацию по 8 млн американских фирм, которая предоставляется почти 80 тыс. пользователей, включая крупнейшие концерны страны. Примером другой многопрофильной информационной компании может служить французская ДАФСА, которая выпускает фирменные справочники и предоставляет информацию о фирмах в любой форме – от телефонных ответов до магнитных носителей, а также составляет тематические обзоры. Система взаимоотношений с заказчиками информации у кредит-бюро строится на абонементном обслуживании. Чтобы получить любую информацию, необходимо подписаться на абонемент для стандартных справок, при желании можно получить дополнение к справке – дополнительный абонемент. По годовой подписке могут предоставляться ежемесячные списки фирм, специальные обзоры, научно-информационные обзоры по рынкам и фирмам-производителям. Важным является то, что кредит-бюро оказывает помощь в выборе контрагента и даёт сведения по вашим контрагентам;

– *торгово-промышленные палаты* стран, городов, административных территорий, которые по своей сути являются объединением фирм и коммерсантов на данной территории и помогают всем желающим в установлении деловых контактов. Для этого они осуществляют издательскую и информационно-коммерческую деятельность, используют коммерческие компьютерные сети;

– современные *банки*, ставшие огромными хранилищами деловой информации, могут выдавать на своих клиентов краткие характеристики, рекомендательные письма и справки о платежеспособности;

– *отдельные фирмы*, которые специализируются на информационном обслуживании, консультациях, инжиниринговых, брокерских услугах, либо находятся в тесных связях с искомым партнёром. Например, международная кооперативная аудиторская и консалтинговая фирма с юридическим адресом в Швейцарии имеет свои филиалы во многих странах, в том числе и в России;

– *государственные учреждения*, где регистрируются вновь созданные предприятия (в торговых судах, у нотариусов и т.д.). Они же могут выдавать выписки

из реестра и регистрационных книг;

– *союзы предпринимателей*, организации содействия развитию производства и экспорта, *фондовые биржи*. Члены биржи и биржевые комитеты в силу специфики своей деятельности всегда имеют под рукой информацию о финансовых связях фирм, их финансовом состоянии и репутации.

Информацию по зарубежным фирмам можно получить и самостоятельно, достаточно знать, что её можно найти в фирменных справочниках, монографиях, прессе, каталогах, брошюрах, рекламе, с помощью компьютерных сетей, на выставках, в годовых отчётах, некоторых специальных источниках. Подробное описание каждого источника информации поможет научиться работать с ним. Самую общую систематизированную по многим параметрам информацию можно получить из справочников.

Единственный источник, позволяющий определить позиции той или иной фирмы среди крупнейших компаний в стране, отрасли или мире – это подборки (перечни) крупнейших промышленных и других компаний, публикуемые в основных развитых странах и в ряде развивающихся государств. Подборки представляют собой перечень ведущих компаний страны или региона, расположенных по мере сокращения объёмов их продаж за соответствующий год.

Ежегодно публикуемые компаниями отчёты, которые анализируют деятельность фирм за год, предоставляют акционерам или пайщикам информацию о положении дел на фирме и, в конечном итоге, обоснования размера выплачиваемых дивидендов, а также используются в рекламных целях. Практически все крупные компании выпускают годовые отчёты в виде хорошо оформленных брошюр или буклетов, содержащих довольно подробные сведения о своей деятельности за отчётный хозяйственный год.

Проспекты фирм – ценный источник информации, составляются в основном в рекламных целях, а также при выпуске новых акций или облигаций и содержат довольно подробные сведения о фирмах, в том числе и о производственной базе. Каталоги, из которых можно получить более подробные сведения о производимых фирмой изделиях и их технических характеристиках, представляют важнейший исходный материал для характеристики технического уровня продукции той или иной фирмы и широко используются при проведении технико-экономических сопоставлений [3, с. 127].

Особую роль в современном бизнесе играют электронные информационные ресурсы. Пользователи электронной почты Internet достаточно часто решают свои деловые проблемы, обмениваясь письмами, контрактными предложениями, информацией о ценах, конъюнктуре рынка и других коммерческих вопросах. Однако ещё совсем недавно коммерческие организации не допускались к подключению к интернет-узлам. Первоначально это ограничение было снято для исследовательских организаций, а также учебных центров коммерческих фирм. Затем были приняты общие организационные решения: доступ к Internet стал возможным для любых коммерческих организаций; был



организован домен верхнего уровня COM, куда вошли многие коммерческие сети. Возник консорциум сетей CIX (Commercial Internet Exchange), предоставляющих коммерческие услуги на базе Internet. Таким образом, за последние пять лет облик Internet как ассоциации компьютерных сетей, решающих образовательные, научно-исследовательские, информационные и гуманитарно-коммуникационные задачи, значительно изменился. В рамках отдельных базовых сетей Internet, например, в сети NSFNET, действуют строгие ограничения, запрещающие коммерческий трафик. Другие структуры типа CIS создают собственные сетевые маршруты для коммерческого трафика, стимулирующие использование Internet различными фирмами и бизнесменами. Новые технические средства коммуникаций (мобильные сети, персональные коммуникаторы типа Newton, средства электронного обмена коммерческой информацией EDI/EDIFACT, системы сетевого мультимедиа-трафика) также начинают активно расширять спектр бизнес-применений Internet. Деловые люди, даже находясь вне офиса, могут через Internet получить доступ к различным базам деловых новостей, финансовой информации или консультационным центрам, а также общаться с партнёрами или сотрудниками своей фирмы.

Но часто возникает вопрос, каким образом можно справиться с тем огромным информационным потоком, к которому мы имеем практически неограниченный доступ. Сегодня нам необходима чёткая система упорядочения информации и улучшение внутрифирменных коммуникаций. Во многих фирмах и предприятиях, имеющих региональные отделения и филиалы, внедрение электронной почты для деловой переписки, оперативной отчётности, подготовки контрактов, оформления заказов на комплектующие и других подобных задач можно значительно ускорить, если базироваться на технологии и развивающейся структуре Internet. В России всё большее число организаций, пользующихся услугами Relcom, постоянно используют электронную почту для подобных целей. Internet в своих современных режимах (online – доступ к базам данных, оперативный почтовый диалог, передача мультимедиа-информации) позволяет организовать просмотр торговых каталогов и получение разнообразной рекламно-справочной информации о товарах, что способствует расширению информационных возможностей для потребителей. Простые режимы просмотра рекламных новостей широко используются сегодня отечественными пользователями. Например, через Relcom можно получить доступ к файлам компьютерной деловой и рекламной информации московского еженедельника «Компьютер Уорлд» [2, с. 36].

Кроме того, существует большое число списков рассылки Internet, посвященных какому-либо продукту или товарной группе. Фирмы, ведущие бизнес для данной группы продуктов, могут анализировать мнения, комментарии, технические проблемы и другие потребительские аспекты, по которым важно знать обобщённое мнение потребителей. За счёт доступности технической информации в режиме online Internet предоставляет возможность отыскать и просмотреть в

оперативном режиме огромные по объёму и разнообразию массивы информации: книги, технические каталоги, газеты, журналы, специальные фонды документации.

Одной из наиболее перспективных линий развития Internet являются мобильные сетевые работы. Службы Internet уже доступны на многих транспортных средствах: автомобильном, авиационном, морском и железнодорожном транспорте. При этом следует учитывать, что существующие системы мобильной радиосвязи обычно используют радиоволновый принцип передачи информации, поэтому идёт об интеграции служб Internet с новыми глобальными системами мобильной связи, имеющими системы спутниковых станций. Разнообразные деловые новости, коммерческие базы данных и дискуссионные форумы (списки рассылки) доступны и очень полезны для пользователей Internet, применяющих эти ресурсы в образовании, науке и бизнесе.

В сети Internet существует большое количество источников информации о деятельности фирм и конъюнктуре рынков. Хорошо развита и успешно функционирует система поиска разного рода сведений, включая данные о ценах, объёмах товаропроизводства и другую необходимую информацию. На реализацию этих задач работают сотни коммерческих организаций и информационных служб. Во всём этом многообразии нетрудно выбрать тот тип данных, который наиболее полно и достоверно отражает деятельность потенциальных партнёров и конкурентов. В отличие от оперативных данных, сбор которых ограничен кругом практических задач, решаемых коммерческой организацией на внешнем рынке, ценовая продукция указанных выше производителей информационных услуг доступна самому широкому кругу пользователей.

Чтобы принять оптимальное управленческое решение в условиях жёсткой конкурентной борьбы, предприятию нужно располагать большим объёмом информации. Необходим серьёзный анализ рынков выпускаемой и намеченной к производству продукции, сырья, капиталов и рабочей силы. Между тем, неверная оценка экономической ситуации или неправильная интерпретация экономических новостей часто бывают связаны с ошибочным выбором источника информации. Нередко самые известные поставщики информации не являются лучшими, так как большая часть их усилий сосредоточена на организации рекламной деятельности, а проблемы качества поставляемых продуктов остаются на втором плане. Поэтому любому исследованию предшествует детальный анализ рынка маркетинговой информации на предмет поиска источников данных высокой достоверности и полноты отражения реальных рыночных процессов. В настоящее время существует огромное количество информационных источников, способствующих поиску и установлению внешнеэкономических связей российских фирм с иностранными партнёрами. Если до недавнего времени такие базы данных были собственностью в основном зарубежных фирм и международных организаций, то сейчас Россия старается не отставать от



Социально-экономические и общественные науки

своих иностранных коллег. Существует огромное количество как частных консультационных фирм, так и государственных организаций, основной деятельностью которых является предоставление качественной информации тем, кто ищет зарубежного партнёра для своей деятельности.

Итак, для успешного ведения бизнеса сегодня необходимо использовать весь спектр предлагаемой рынком информации, детальная проработка которой позволит вовремя реагировать на изменение тенденций и обеспечит конкурентное преимущество.

Библиографический список

1. Внешнеэкономическая деятельность: учеб. пособие / А.И. Дралин, С.Г. Михнева. 2-е изд., перераб. и доп. Пенза: Информационно-издательский центр ПГУ, 2006. 127 с.
2. Годин В.В. Информационное обеспечение управленче-

- ской деятельности: учебник. М.: Академия, 2001. 154 с.
3. Дорф Р., Бишоп Р. Современные системы управления. М.: Лаборатория базовых знаний: Юнимедстайл, 2002. 832 с.