

Анализ проблем информационного обеспечения российского бизнеса и пути их решения

Ларионова Марина Александровна

Студент

ОмГУ им. Ф.М. Достоевского, Факультет международного бизнеса, Омск, Россия

E-mail: marishka2804@mail.ru

В осуществлении предпринимательской деятельности невозможно опираться только на интуицию, на свой жизненный и практический опыт, необходимо получать и осваивать все расширяющуюся информацию, помогающую решать возникающие вопросы. Информация выступает сегодня как один из первостепенных ресурсов, значение которого не меньше, чем значение материальных, сырьевых и других ресурсов [2]. В отличие от большинства ресурсов, которые способны истощаться, информационный потенциал может использоваться многократно как коллективами, так и индивидуальными работниками.

На основе внешней и внутренней информации происходит позиционирование предприятия в окружающей среде, определяются стратегические цели, оцениваются стратегические альтернативы. Для предприятия, осуществляющего ВЭД информация перестала быть просто ресурсом, который можно получить внутри организации, это больше не просто набор данных – она стала средством интернационализации. Будь то правовая или коммерческая информация, особенность ее заключается в возможности предприятия принимать верные решения, как на своем рынке, так и на внешних рынках.

Ключевые проблемы информационного обеспечения российского бизнеса

1) Нынешний успешный бизнес это заслуга верного и своевременно принятого решения, которое основывается на поступающей информации [1]. Предприниматели сегодня плохо информированы о видах поддержки бизнеса. Разнобой в региональных подходах к формированию порталов поддержки предпринимательства настолько значителен, что необходимость системного, унифицированного подхода к сфере информационной поддержки бизнеса является одним из самых насущных требований времени.

2) Предпринимателю зачастую сложно расширить круг своих партнеров, как на территории РФ, так и за рубежом по причине того, что базы данных, создаваемые госструктурами, уходят на «чёрный рынок» и этот сегмент незаконной торговли можно минимизировать, если информирование бизнеса о юридических изменениях будет открыто и бесплатно для пользователей проводиться на государственных порталах.

3) Надо обратить внимание на затруднённую поиск конкретных товаров и услуг по существующим региональным ресурсам и призвать к активизации и работы по приведению информационного обеспечения российского бизнеса в удобную и доступную форму.

4) Современное информационное общество все больше ценит время и не смотря на высокий уровень информационных технологий бизнес испытывает и в этой сфере организации работы некоторые трудности [3]. Например проблема затруднённости проверки подлинности электронных цифровых подписей, полученных из разных удостоверяющих центров, а также такие проблемы, как истечение срока ЭЦП, компрометации ключа и пропажи электронного документа.

Пути устранения существующих проблем

1) Государство должно взять на себя обязательства по информированию предпринимателей об изменениях в законодательной базе.

2) Новостная политика информационных порталов для предпринимателей должна выстраиваться таким образом, чтобы из каждой новости или аналитической статьи бизнесмен мог извлечь для себя какую-либо конкретную пользу. Перспективными направлениями информационной поддержки будут виртуальные выставки и маркетинговые предложения, электронные торги и заключение договоров в электронном виде, онлайн-новые консультации специалистов государственных органов. Возможно создать единый маркетинговый портал на рынке инноваций, кластеров и государственно-частного партнёрства, на котором гласно обсуждались бы и частные, и государственные инициативы.

3) Внедряемые технологии корпоративной мобильности в среднем способны увеличить производительность труда каждого работника на 40 процентов. Возможно небольшим компаниям стоит выходить в социальные сети со своими страницами, информацией о продуктах, услугах и мероприятиях. Такой высокотехнологичный подход поможет не только увеличить целевую аудиторию, клиентскую базу компании, но и вовлечь в предпринимательский процесс молодёжь.

Безусловно российский рынок информационных услуг развивается и на данном этапе можно выделить наиболее известные информационные агентства: Главный Межрегиональный Центр обработки и распространения статистической информации Госкомстата, Агентство деловой информации (АДИ) «Бизнес-карта», «АСУ-Импульс», Национальная электронная библиотека (НЭБ), Информационное агентство РосБизнесКонсалтинг (RBC), AFX News.

Имея возможность изучить зарубежный опыт по информационному обеспечению экспортеров на примерах Мексиканского Банка внешней торговли Vancomext, Французского госагентства, Лондонского Economist Intelligence Unit можно провести аналогии с российскими аналитическим подразделением Академии внешней торговли, «Коринфа», МИД, МЭРТ, ПОЛПРЕД и сделать вывод о готовности и желании России развивать информационную инфраструктуру по поддержке отечественных производителей [4]. Наши экспортеры смогли бы заработать для государства больше при появлении информационных служб, аналогичных зарубежным, нежели государство потратило бы на их создание.

По мнению автора, для решения названных проблем необходимо использовать опыт зарубежных стран в организации информационной поддержки российскому бизнесу. Поэтому в пример можно привести опыт таких развитых стран, как: Англия, США и Финляндия,- по стимулированию ВЭД посредством организации информационной среды.

Литература

1. Гергенов А.С. Информационные технологии в управлении. Улан-Удэ, 2005.
2. Гринберг А.С., Король И.А. Информационный менеджмент. М., 2003.
3. Николаева Т.П. Основы информационной экономики. СПб., 2001.
4. Селетков С.Н. Мировые информационные ресурсы. МЭСИ., 2004.