

Фомин В.И.  
ИНФОРМАЦИОННЫЙ  
БИЗНЕС

курс лекций 2020 год

(ЛЭТИ)

Тема 1

## ТЕМА 1

# Введение в информационный бизнес. Понятие и основные категории информационного бизнеса

### ЛИТЕРАТУРА:

1. **Фомин В.И.** Экономика информационного бизнеса и информационных систем. Учебное пособие. СПб.: Изд-во СПбУУЭ, 2014 -248 с.
2. **Фомин В.И.** Информационный бизнес : учебник и практикум /  
В. И. Фомин. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 243 с.
3. **МЕНЕДЖМЕНТ: ИНФОРМАЦИОННЫЙ БИЗНЕС**  
**Фомин В.И.** Учебник для СПО (3-е издание). Москва, Изд-во Юрайт, 2019. — 243 с.

## 1.1. Понятие, сущность и роль информационного бизнеса в рыночной экономике

В литературе, в практике хозяйственной деятельности активно употребляются такие термины, как *бизнес*, *предпринимательство*, *коммерция* и т.п. Эти термины, как и многие иные понятия, связанные с рыночными отношениями, имеют свою историю возникновения и развития, могут трактоваться различным образом в зависимости от контекста.

По названным причинам целесообразно начать изложение материала с определения ряда понятий и терминов, которых мы будем придерживаться в

дальнейшем

**Бизнес** может быть определен как инициативная экономическая деятельность, осуществляемая за счет собственных или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, ставящая главными целями получение прибыли и развитие собственного дела.

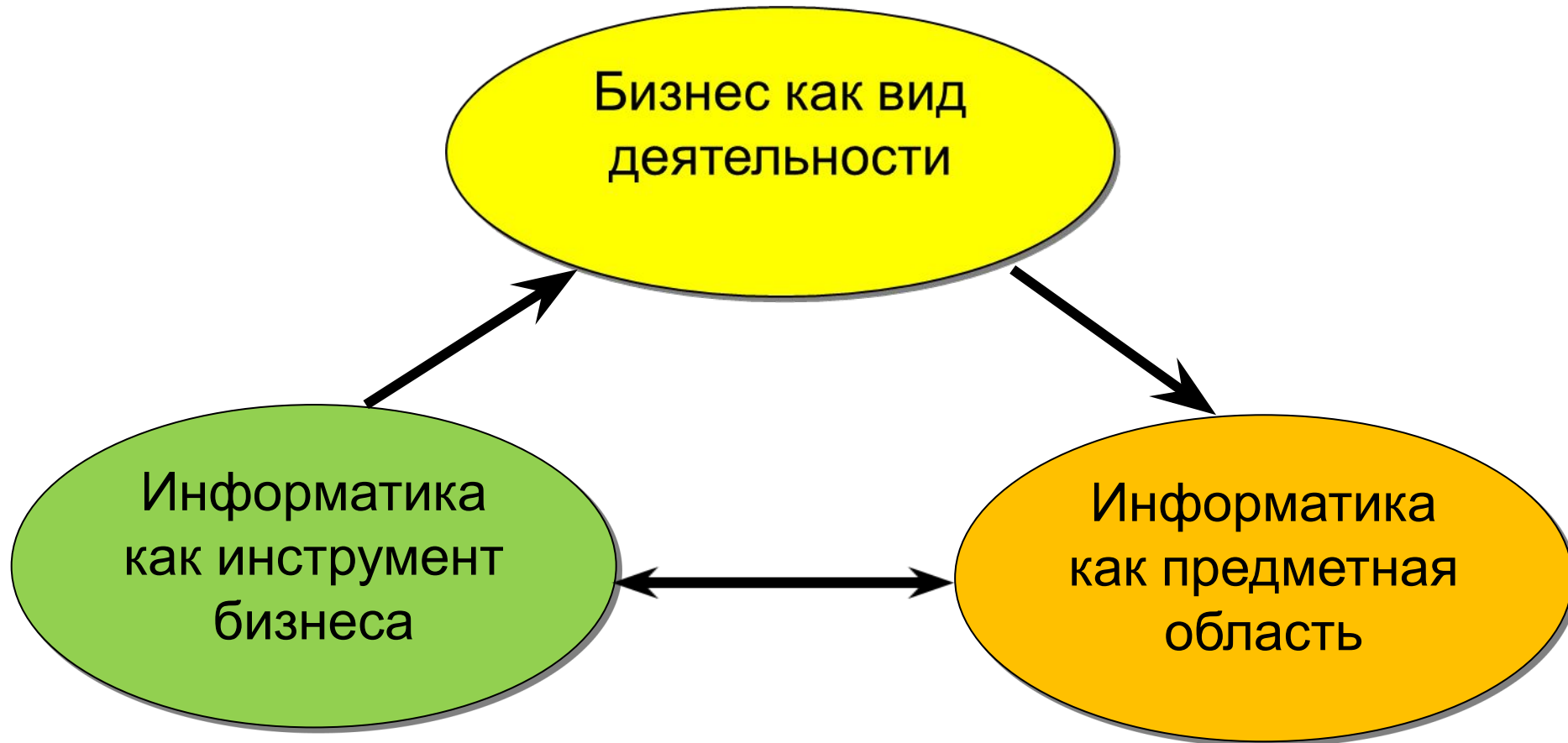
Термин «**бизнес**» происходит от английского слова «*business*», обозначающего любое дело, занятие, приносящее доход. Первоначально термин появился в англоязычных странах, а затем широко распространился во всем мире. Необходимо отличать приносящую доход деятельность (бизнес) от других видов деятельности, не связанных с извлечением прибыли, таких как благотворительность религиозная или политическая

Словом «**бизнес**» часто обозначают также совокупность деловых отношений между участниками деятельности, осуществляемой в целях удовлетворения спроса потребителей и получения прибыли.

Термин «**информационный бизнес**», как и многие подобные термины, состоящие из двух «равновеликих» частей (например, информационный маркетинг, финансовый менеджмент и т.п.), на практике может трактоваться двояко. Обычно этим термином обозначают бизнес в информационной сфере, т.е. понимают как «**бизнес в информатике**». Вместе с тем этим же термином может обозначаться применение информационных систем и технологий в качестве инструмента реализации бизнеса, т.е.

термин трактуется как «информатика в бизнесе».

Между этими аспектами информационного бизнеса в принципе нет противоречия: один и тот же продукт индустрии информации (например, программный продукт или база данных (БД)) может выступать как в роли объекта бизнеса (производимого и предлагаемого на рынке товара), так и в роли одного из инструментов бизнеса (средства реализации соответствующих процессов при осуществлении бизнеса).



Взаимосвязь различных аспектов  
информационного бизнеса

Учитывая изложенные выше подходы можно дать следующие определения для термина «информационный бизнес»:

**I. Информационный бизнес** — это направленная на получение дохода деятельность в сфере создания и коммерческого распространения информационных продуктов, технологий и услуг, т.е. бизнес в информационной сфере.



Определенный таким образом информационный бизнес может быть связан с проектированием и производством продукции индустрии информации - средств вычислительной техники и связи (СВТиС), программных и информационных продуктов и т.п., с предоставлением соответствующих видов услуг (ремонт и техническое обслуживание СВТиС, сопровождение программных средств (ПС), услуги по эксплуатации автоматизированных баз данных (БД), услуги интернет и т.п.), с движением соответствующей продукции и услуг в сфере потребления (оптовая и розничная торговля в информационной сфере, посредничество, кредитование, консультационные и маркетинговые услуги, страхование средств вычислительной техники (СВТ) и т.п.).

Данное понимание термина «информационный бизнес» встречается наиболее часто.

**II. Информационный бизнес** — это направленная на получение дохода деятельность, осуществляемая на основе применения современных информационных технологий.

В качестве примеров подобного бизнеса можно назвать осуществление электронной коммерции (интернет-магазины, продвижение различных товаров и услуг средствами Интернета и т. п.), предоставление на коммерческой основе образовательных услуг через Интернет или посредством продажи технических носителей информации (система *E-Learning*) и т.д. Данное понимание термина «информационный бизнес» используется реже и зачастую заменяется более узкими по значению терминами (электронная коммерция, *E-Learning*, информатизация бизнеса и т. п.)

В дальнейшем изложении будем ориентироваться на понимание термина «информационный бизнес» прежде всего как **бизнес в сфере информатики**, не исключая, однако, полностью и второго понимания этого термина (использование информационных технологий в качестве инструмента ведения бизнеса).

Необходимо отметить, что информационный бизнес, как и другие виды бизнеса, не сводится лишь к торговой или посреднической деятельности, как это часто понимается на «бытовом уровне» (что нашло отражение даже в Интернете: информационный бизнес рассматривается в основном как деятельность по продаже информации).

Таким образом, понятие «бизнес» шире понятия «предпринимательство», которое связывают, прежде всего, с производственной деятельностью, и понятия «коммерция», связываемого прежде всего с торговой деятельностью.

# ВИДЫ БИЗНЕСА

Основные виды бизнеса как  
приносящей доход деятельности

Производственная  
деятельность

Торговая  
деятельность

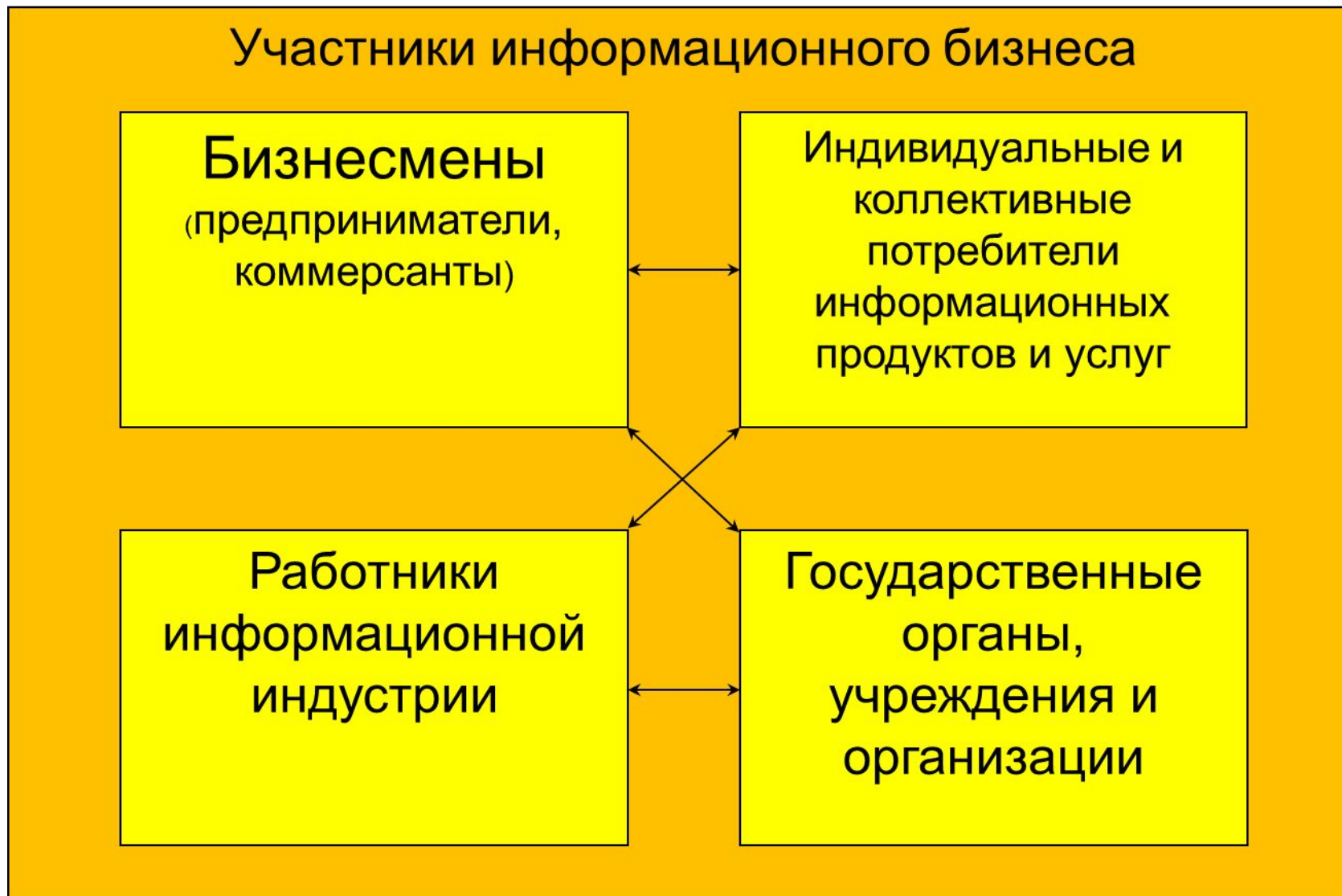
Коммерческое  
посредничество

Банковская  
и биржевая  
деятельность

Страхование

Другие виды  
деятельности

# Состав участников информационного бизнеса



Как и в любом виде бизнеса, участниками информационного бизнеса могут выступать следующие субъекты:

1. **Собственно бизнесмены** (предприниматели, коммерсанты, финансисты и т.д.) — лица, осуществляющие деятельность на свой страх и риск, т.е. под свою экономическую и юридическую ответственность. Участниками могут также выступать коллективы предпринимателей, образующие союзы, ассоциации, объединения и т.п. Получение этими лицами дохода реализуется в нашем случае через производство и продажу товаров и услуг в информационной сфере.

В процессе своей деятельности бизнесмены вступают в деловые отношения между собой и другими участниками бизнеса, что в итоге приводит к образованию сферы предпринимательского бизнеса, охватывающей производство продукции и услуг, коммерческое и иное предпринимательство в информационном секторе экономики.

**2. Индивидуальные и коллективные потребители** информационных продуктов и услуг, предлагаемых бизнесменами (предпринимателями, коммерсантами и др.) на рынке. Потребители также могут образовывать союзы и ассоциации с целью лучшего удовлетворения своих потребностей и защиты групповых интересов.

Интересы этих участников бизнеса реализуются через приобретение соответствующих товаров и получение услуг путем взаимодействия с производителями и продавцами.

Выгода потребителей заключается в приобретении товаров и услуг, наиболее полно удовлетворяющих их потребности. Эта группа участников образует сферу потребительского бизнеса.

**3. Работники** информационной сферы, осуществляющие трудовую деятельность по найму, на договорной (контрактной) основе, а также профессиональные союзы таких работников.

Получение доходов этими участниками информационного бизнеса реализуется посредством работы в фирме, в организации, на предприятии. Для таких наемных работников выгода заключается в получении наличного дохода (который в некоторых случаях может быть слабо связан с конечным доходом фирмы).

Эта группа участников образует сферу трудового бизнеса.



**4. Государственные органы, учреждения и организации,** выступающие в качестве участников сделок при выполнении правительственных заказов, при регулировании цен на соответствующие виды информационных товаров и услуг, при установлении льгот на проведение определенных видов сделок и т.д. Деловой интерес этой группы участников обычно заключается в реализации различных государственных программ (программа информатизации регионов, программа всеобщей компьютерной грамотности, программа развития системы «электронного» образования, иные научно-технические и оборонные программы). Государство обычно поддерживает фирмы и организации, участвующие в выполнении соответствующих программ. Эта группа

участников составляет сферу государственного бизнеса

# Важнейшие свойства информационного бизнеса

## Свойства информационного бизнеса

Целесообразность

Целостность

Противоречивость

Активность

**Целесообразность** предполагает, что бизнес (в том числе информационный) стремится любому виду деятельности, любой входящей в его состав структуре (фирме, объединению, группе людей и т.п.) придать рациональную направленность на достижение основной цели бизнеса — получение прибыли.

**Целостность** предполагает, что бизнес стремится охватить все виды деятельности, все сектора рынка, все доступные территории и объекты. Бизнес проникает, прежде всего, в те сферы, которые являются для него жизнеобеспечивающими в данных конкретных условиях. При этом для развития бизнеса целесообразно сведение к минимуму всех запретов на распространение бизнеса. Главными механизмами

сохранения целостности являются менеджмент, маркетинг и

**Противоречивость** предполагает наличие в структуре бизнеса внутренних противоречий, главными из которых являются:

- противоречие между потребителем и производителем;
- противоречие между предпринимателем и работником;
- противоречие между предпринимателем и профсоюзами;
- противоречие между предпринимателем и органами государственной власти и т.д.

В нормальных условиях подобные противоречия являются источником развития бизнеса и социальной системы в целом.

В кризисных, конфликтных ситуациях такие противоречия

могут спровоцировать различные социальные потрясения

**Активность** предполагает, что деловые люди проявляют себя в экономической сфере, способствуют росту уровня жизни населения, повышают привлекательность страны для проживания и для инвестиций другими участниками бизнеса.

При этом важно, чтобы участники бизнеса не наносили ущерба интересам других людей, не создавали экологических проблем, не мешали развивать свой бизнес другим предпринимателям, не нарушали государственных интересов.

Действующему на законных основаниях официальному бизнесу противостоит теневой бизнес, т.е. деятельность, не разрешенная или ограниченная законом (например, производство алкогольной продукции или оказание медицинских услуг без соответствующей лицензии, деятельность в иных сферах, находящихся в монополии государства, и т.п.). В индустрии информации к теневым видам бизнеса могут быть отнесены прежде всего:

- изготовление нелицензионных копий (клонов) известных моделей компьютеров или входящих в их состав блоков и устройств;
- нелицензионное копирование топологии микросхем, используемых для изготовления компьютеров;

- изготовление и продажа контрафактных, т.е. без соответствующих лицензий, копий программ или баз данных;
- несанкционированное декомпилирование авторских программ и использование полученной таким образом информации для их модификации без санкции авторов;
- изготовление и продажа баз данных, содержащих закрытую для открытого доступа информацию;
- незаконные финансовые операции с использованием компьютерных сетей и т.п.

Для осуществления информационного бизнеса, как и иных видов бизнеса, в общем случае нужны: *основные средства, оборотные средства, научно-информационные ресурсы.*

Основой реализации всей совокупности видов любого бизнеса является предпринимательский бизнес, обеспечивающий производство товаров, характерных для соответствующей сферы.

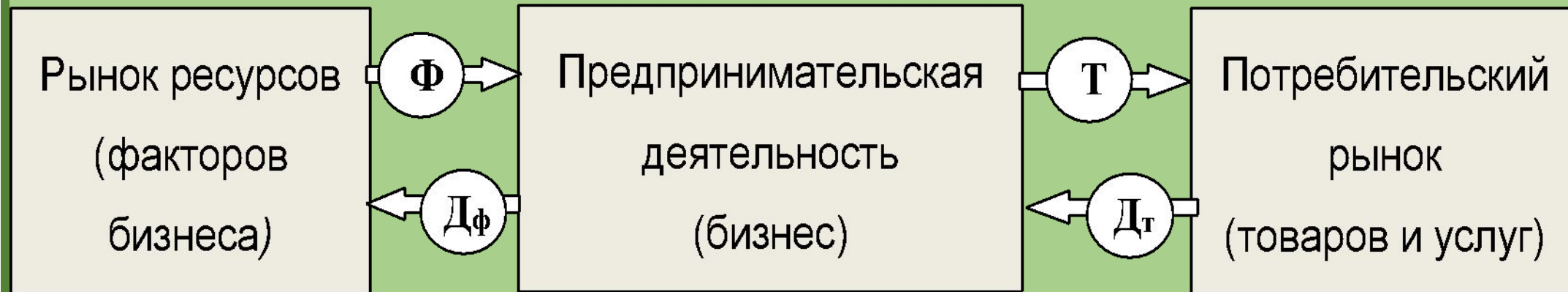
На этапе создания бизнеса необходим стартовый капитал (собственный или взятый в займы). Предпринимательство как правило, требует также наличия некоторых дополнительных ресурсов:

- природных (земля, сырье, энергоносители и т.д.);
- трудовых (работники определенной квалификации);
- производственных (помещения, оборудование, транспорт, инфраструктура);
- информационных (необходимые научно-технические знания, технологическая документация, коммерческая информация).



Вовлеченные в бизнес ресурсы становятся **факторами** этого бизнеса и в конечном итоге преобразуются в продукцию — товары и услуги.

Все виды **предпринимательства**, в том числе в сфере производств информационных продуктов и услуг, могут быть представлены обобщенной схемой:



### **Обобщенная схема предпринимательства:**

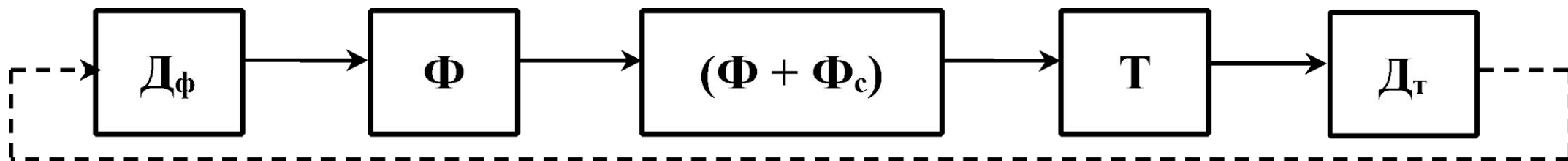
Ф — факторы предпринимательства (бизнеса);

Т — товары и услуги, предлагаемые потребителям;

Дф — денежное выражение (денежный эквивалент) факторов предпринимательства;

Дт — денежное выражение объема товаров и услуг

Движение (оборот) факторов предпринимательства может быть описано следующим образом:



**Движение факторов предпринимательства:**

$\Phi_c$  — собственные факторы производства товаров и услуг, вложенные предпринимателем.

Результат предпринимательства  $R_p$  может быть представлен в общем случае соотношением:

$$R_p = D_t - D_{\Phi} - D_{\Phi.c},$$

где  $D_{\Phi.c}$  — денежное выражение собственных факторов, вложенных предпринимателем.

Бизнес является сложной регулируемой и саморегулируемой системой. Участники бизнеса должны не только свободно соревноваться друг с другом в условиях рынка, но и согласовывать свое поведение на рынке между собой. В противном случае неизбежно возникновение кризисных явлений, приводящих к большим потерям в экономике и социальной сфере — банкротства, массовые увольнения, спад производства, нарушения финансовой системы, снижение уровня жизни населения и т.д.

Опыт западной экономики показал необходимость регулирования сферы бизнеса со стороны государства, устанавливающего основные «правила игры», контролирующего ход экономических процессов и активно вмешивающегося в них при необходимости

Для проведения подобного регулирования требуется консенсус трех основных сил: государства, работодателей и профсоюзов, поскольку для успешного функционирования сферы бизнеса необходимы взаимные уступки каждой из сторон. Государство выступает при этом в качестве основного арбитра в конфликтных ситуациях.

Правила игры в бизнесе должны быть направлены на противодействие монополизации экономики одной из вышеназванных сил. Эти правила в общем случае должны включать в себя регламентацию в области цен, налогов, процентных ставок за кредиты, нормы прибыли, выпуска и хождения ценных бумаг, имущественных прав, в том числе охраны интеллектуальной собственности, реализации государственных заказов, защиты прав потребителей, таможенных пошлин и т.д., а также определение мер административного воздействия и уголовного преследования против

недобросовестности

Важную роль играет при этом не только законодательная и нормативная база, но и реальная практика выполнения соответствующих законов и постановлений, существующие в конкретной стране в данный период времени, поскольку уровень правопорядка в обществе, как известно, определяется не только качеством принятых законов, но и степенью приближения реальной экономической и социальной практики к положениям этих законов.

## **Раздел 1.2. Основы функционирования важнейших видов информационного бизнеса**

Информационный бизнес может быть подразделен на виды, исходя из различных принципов классификации.

В частности, возможно разделение по видам собственности, по стадиям воспроизводства, с позиции научно-технического прогресса, по правовому статусу, с позиции охвата экономического пространства, по уровню организации хозяйственной жизни и т.д.

Все перечисленные подходы в той или иной мере применяются в экономической практике.

# Подразделение информационного бизнеса по видам на основе различных принципов классификации

Принцип классификации	Характеристика согласно принципу классификации	Виды бизнеса
1	2	3
По видам собственности	Частная собственность на средства производства	Предпринимательский бизнес
	Частная собственность на ресурсы хозяйства или фирмы-потребителя	Потребительский бизнес
	Частная собственность на рабочую силу	Трудовой бизнес
	Государственная собственность	Государственный бизнес



1	2	3
С позиции четырех стадий воспроизводства	Стадия производства	Производственный бизнес
	Обмен	Бизнес в сфере обращения
	Распределение	Бизнес в сфере распределения и перераспределения
	Потребление	Бизнес в сфере потребления
С позиции научно-технического прогресса	Традиционные виды деятельности	Традиционный бизнес
	Новые виды деятельности, товаров и услуг	Инновационный бизнес
По правовому статусу	В соответствии с законодательством	Официальный бизнес
	С нарушением законов	Теневой бизнес

С позиции охвата экономического пространства	Охвачено более, чем одно государство	Международный бизнес
	В пределах государства	Национальный бизнес
	В пределах области	Областной бизнес
	В пределах региона	Региональный бизнес
	В одном населенном пункте	Местный бизнес
По уровню организации хозяйственной жизни	Участвует государство, регион	Макробизнес
	Задействована сфера, сектор, отрасль экономики	Мезобизнес
	Участвует фирма, предприятие, организация	Микробизнес

Участвующие в информационном бизнесе фирмы (предприятия) могут также различаться по организационно-правовой форме и организационной структуре.

На практике принято также различать виды бизнеса по размерам предприятий. Основными критериями отнесения предприятия к той или иной группе в этом случае служат годовой оборот капитала и численность работающих на предприятии.

В частности, в Германии мелкими считаются фирмы с годовым оборотом до 15 тыс. евро, а фирмы с оборотом, превышающим названную сумму, относят к разряду средних и крупных.

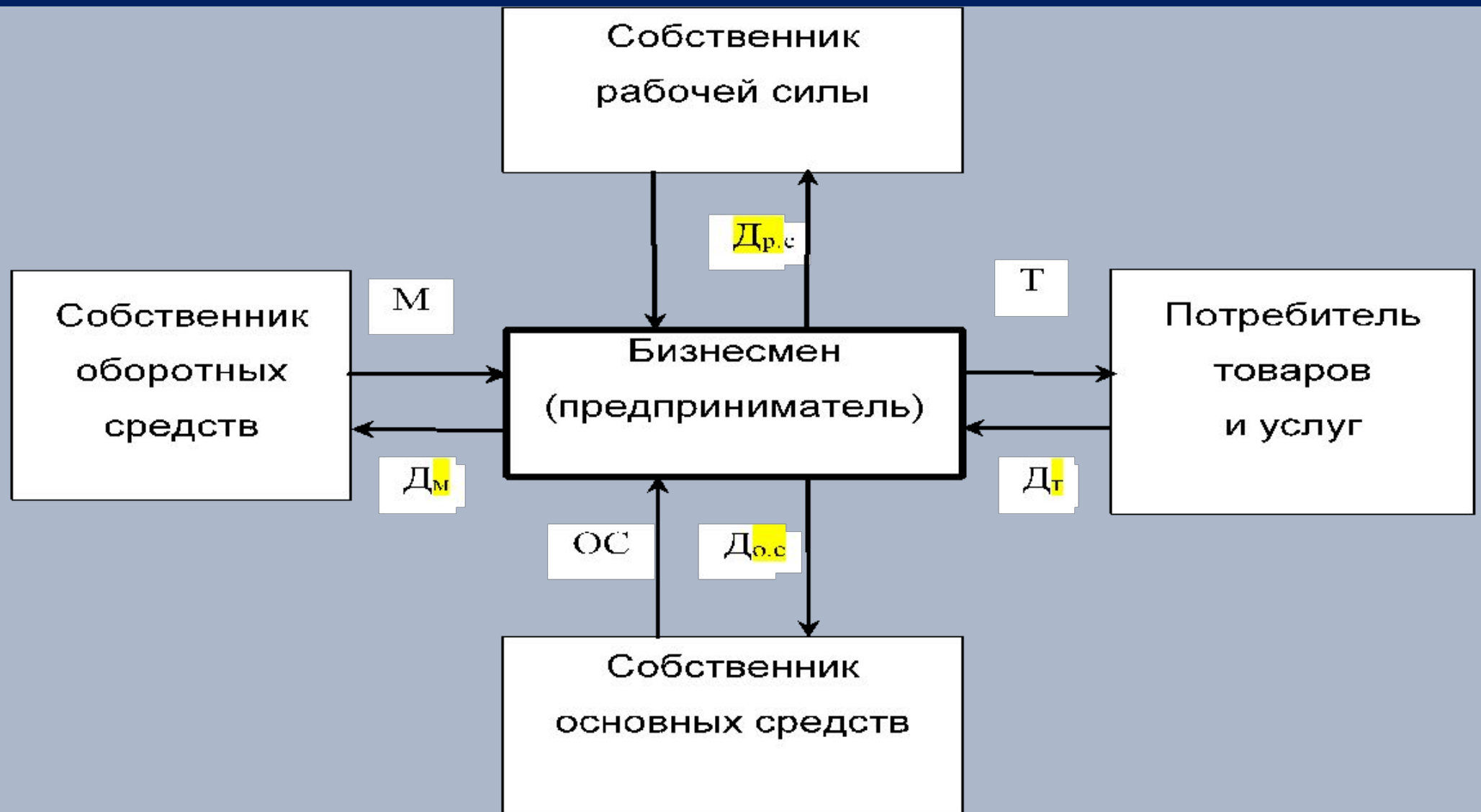
В США фирмы с числом работающих до 20 человек относят к мельчайшим, до 100 человек — к малым, до 500 человек — к средним, свыше 500 человек — к крупным.

В России малыми предприятиями в промышленности считаются такие, где занято до 100 человек и годовой доход которых не превышает 800 млн руб. (этот разряд предприятий по действующему законодательству имеет ряд налоговых льгот).

Информационный бизнес может быть подразделен на виды также в зависимости от разновидностей товаров и услуг, которыми занимается фирма на информационном рынке.

В зависимости от основного вида деятельности в структуре общественного производства и потребления, на котором специализируется фирма, могут быть выделены такие разновидности, как производственный, торговый, финансовый, посреднический, страховой бизнес и т.д.

Следует заметить, что **производственный бизнес** служит основой осуществления всех других видов бизнеса. Обобщенная схема взаимодействия участников производственного бизнеса (производство товаров и реализация услуг) представлена на следующем рисунке:



**Обобщенная схема взаимодействия участников производственного бизнеса:**

$PC$ ,  $OC$ ,  $M$ ,  $T$  — рабочая сила, основные средства, материалы, товары или услуги соответственно;  $Dr.c$ ,  $Do.c$ ,  $Dm$ ,  $Dt$  — денежное выражение объема рабочей силы, основных средств, материалов и товаров

По своей сути Др.с представляет собой заработную плату (и связанные с ней социальные отчисления), До.с может рассматриваться как величина амортизационных отчислений, Дм является выплатами за материалы, сырье и другие оборотные средства, Дт — платой за предоставленные товары и услуги.

Условием успешного функционирования производственного бизнеса является выполнение соотношения:

$$Дт > Дм + До.с + Др.с + Дз.п\ n + Нг,$$

где Дз.п\ n — заработок (заработная плата)

Производственный бизнес тесно связан с бизнесом в сфере обращения и обмена. При этом активной стороной во многих случаях выступает торговый бизнес, выявляющий спрос на товары и услуги и способствующий их производству и продвижению на рынки.

Без производственного бизнеса не могут длительное время существовать другие виды бизнеса. В то же время в настоящий период в России к производственному предпринимательству в целом (и в информационном секторе экономики, в частности) проявляется относительно меньший интерес из-за большого времени отдачи (окупаемости инвестиций).

Существенно большая активность наблюдается в

настоящее время в области торговли





## Обобщенная схема взаимодействия участников торгового бизнеса:

Т — товар;

Д<sub>т.о</sub> — денежное выражение объема товаров, получаемых по оптовым ценам;

Д<sub>т.р</sub> — денежное выражение объема товаров, реализуемых по розничным ценам

Торговый бизнес следует считать успешным, если выполняется соотношение:

$$\text{Дт.р} - \text{Дт.о} > 0.$$

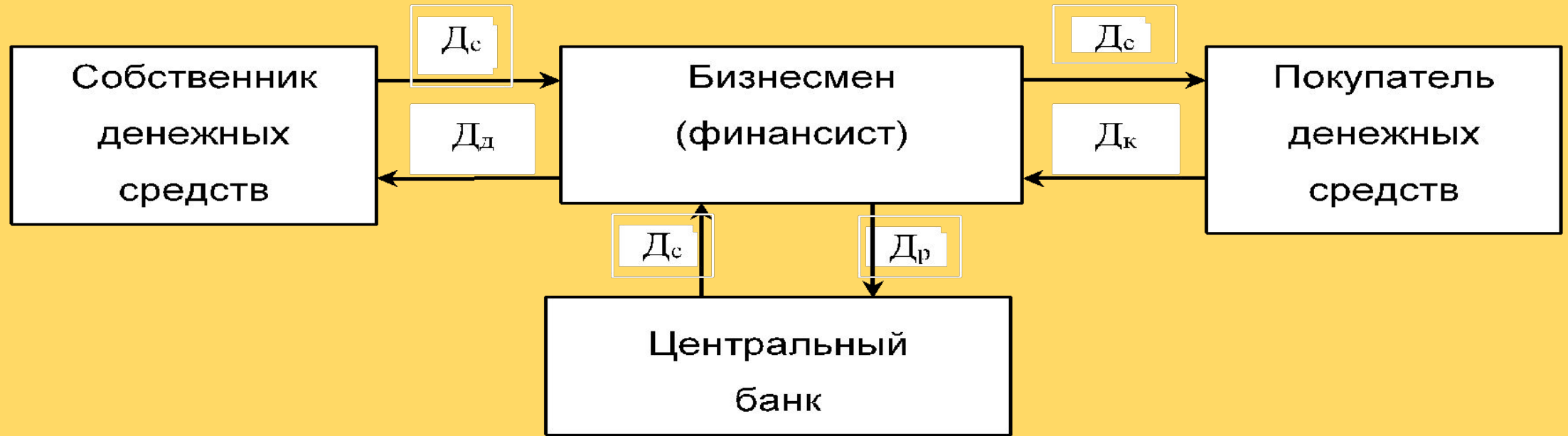
Необходимо отметить, что разность (Дт.р – Дт.о), которая должна быть положительной, включает в себя не только прибыль предпринимателя, но и возмещение понесенных им издержек, связанных с транспортировкой, хранением, подготовкой к продаже, страхованием, рекламой товара, а также с затратами на торговые помещения, оплатой труда продавцов и т.п.

В общем случае бизнесмен (коммерсант) в сфере торгового информационного бизнеса занимается поиском, закупкой, обеспечением сохранности, транспортировкой, доставкой в торговую точку, продажей, предпродажным и послепродажным обслуживанием, связанными с реализацией на рынке товаров информационного рынка (вычислительной техники, оргтехники и средств связи,

технологических носителей информации, программных продуктов,

**Финансовый бизнес**, не являясь характерным для сферы информатики видом деятельности, однако, выступает важным элементом обеспечения функционирования собственно информационного бизнеса.

Кроме того, этот вид бизнеса может рассматриваться в качестве важной предметной области применения современных информационных технологий, т.е. с позиции понимания информационного бизнеса как «информатика в бизнесе».



### Обобщенная схема финансового бизнеса:

$D_c$  — приобретаемые денежные средства;

$D_k$  — возвращаемые денежные средства с учетом величины кредитного процента;

$D_d$  — возвращаемые денежные средства с учетом величины депозитного процента;

$D_r$  — возвращаемые денежные средства с учетом ставки рефинансирования.

Объектом купли-продажи в данном виде бизнеса выступает специальный товар — деньги, ценные бумаги. Осуществляется обмен денег и ценных бумаг на деньги (в том числе иностранную валюту) и другие ценные бумаги.

В случае продажи денег за деньги (что на первый взгляд выглядит бессмысленно) речь идет о получении некоторой суммы денег в обмен на несколько бо́льшую сумму будущих денег. Иными словами, предприниматель, получив (купив) некоторую сумму денег, обязуется вернуть продавцу через оговоренный период времени всю полученную сумму обратно, а также выплатить ему оговоренный процент от полученной суммы в качестве вознаграждения. Такая «покупка денег» имеет смысл в том случае, когда «купленные» деньги вкладываются предпринимателем в какой-либо бизнес, приносящий доход, больший, чем процент вознаграждения, отчисляемый «продавцу денег» за тот же период времени.

Финансовый бизнес успешно функционирует при выполнении соотношения

$$D_k > D_d.$$

При этом следует заметить, что источником денег для коммерческого банка может также выступать ЦБ РФ, предоставляющий денежные средства под процент, называемый ставкой рефинансирования. В этом случае обычно (но не всегда) соблюдается соотношение

$$D_k > D_p > D_d.$$

**Ставка рефинансирования** — размер процентов в годовом исчислении, подлежащий уплате центральному банку страны за кредиты, которые центральный банк предоставил кредитным организациям (коммерческим банкам).

В настоящее время публикуются данные также по величине ключевой ставки.

**Ключевая ставка** — минимальная процентная ставка, по которой ЦБ РФ предоставляет кредиты коммерческим банкам на срок в одну неделю, и одновременно это максимальная ставка, по которой ЦБ РФ готов принимать от банков на депозиты денежные средства. Она играет ключевую роль при установлении процентных ставок по

В случае купли-продажи **ценных бумаг** (облигаций, акций, ваучеров, векселей и др.) они могут продаваться и покупаться как за деньги, так и в обмен на другие ценные бумаги в соответствии с их ценой на рынке ценных бумаг.

Успешным такой бизнес будет при условии покупки ценных бумаг в момент их низкой стоимости и продажи в момент возрастания стоимости этих же бумаг. Схема реализации этой части финансового бизнеса аналогична торговому бизнесу (с учетом того обстоятельства, что в качестве товара здесь выступают ценные бумаги — акции предприятий, облигации, кредитные обязательства, различные вторичные ценные бумаги — деривативы и т.д.)



Ранее в нашей стране правом выпуска ценных бумаг монопольно владело государство, а финансовое предпринимательство было запрещено и наказывалось по закону. В настоящее время предприятия (фирмы) получили право выпуска ценных бумаг и финансовый бизнес разрешен.

При этом следует иметь в виду, что создание собственного финансового дела, как правило, значительно более сложная задача, чем организация, например, торгового бизнеса. Этот вид предпринимательства характеризуется высокой степенью риска, т.е. вероятностью не получить ожидаемой прибыли, понести убытки от невозврата взятых в кредит средств,

ПОСРЕДСТВЕННОГО ИЛИ НЕПОСРЕДСТВЕННОГО КУРСА ВАЛЮТ И ПРОЦЕНТНЫХ

В то же время участником финансового бизнеса можно стать путем приобщения к деятельности банков, фондовых бирж, приобретения и продажи ценных бумаг, в том числе по схеме интернет-трейдинга.

Для информационного бизнеса, как уже было отмечено, данный вид предпринимательства выступает прежде всего в качестве источника финансовых средств для бизнеса в области информационных товаров и услуг, а также в качестве сферы приложения информационных технологий и товаров, т.е. как одна из важных и специфических предметных областей информатизации.



### Обобщенная схема взаимодействия участников посреднического бизнеса

- $I_T$  – информация о предлагаемых товарах и услугах;
- $I^*$  – информация о товарах и услугах, которые хотят приобрести (купить);
- $D_{и}$   $D'_{и}$  – деньги за информацию о предполагаемых товарах и услугах;
- $D_{о}^*$  – деньги от обладателя товаров за информацию о товарах и услугах, которые хотят приобрести;
- $D_{п}^*$  – деньги от покупателя за сведения о товарах и услугах, которые он хотел бы приобрести;
- $T$  – товар, услуга, поставляемые покупателю;
- $D_T$  – деньги за поставленные товары, услуги.

**Посредничество** — вид предпринимательства, который обычно тесно примыкает к другим видам предпринимательства и является составной частью производственного, торгового, финансового предпринимательства, в том числе в информационной сфере.

Посредник не производит продукцию, не торгует товарами, деньгами, ценными бумагами, не дает денег в кредит. Его функция — свести вместе продавца товара с покупателем.

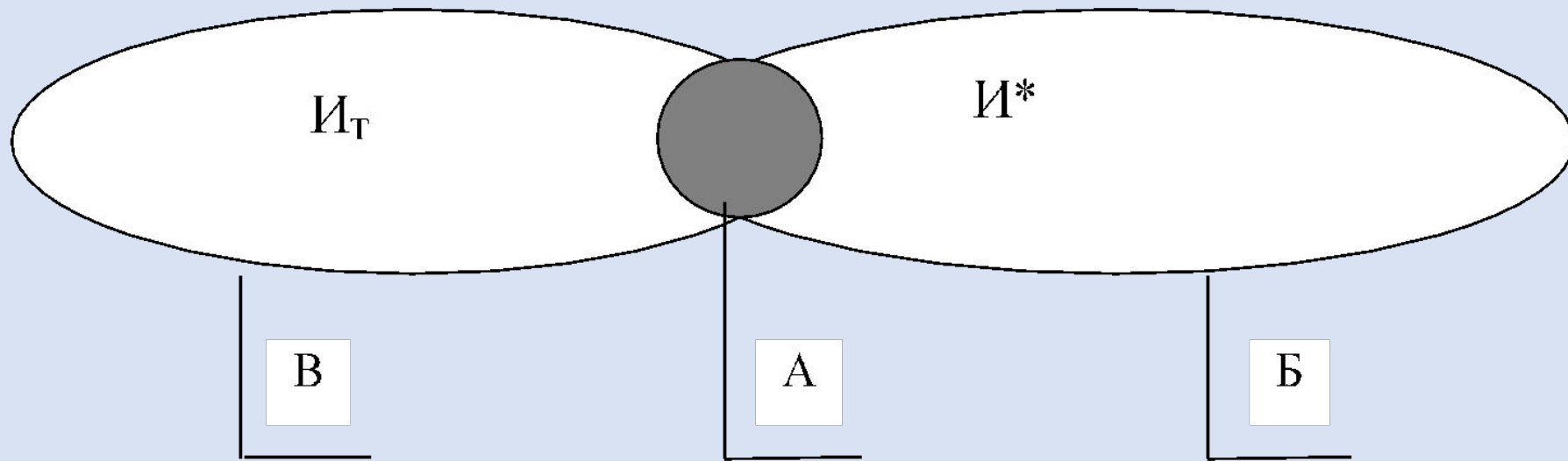
Посредник — брокер, маклер, торговый агент, который не имеет дела с производством, товарами или финансовыми средствами, а работает с людьми (фирмами,

Бизнесмен-посредник получает от обладателя товаров (производителя, продавца) информацию Ит о наличии товаров и услуг, их характеристиках, условиях продажи. Такая информация может быть приобретена за деньги Ди, однако обычно  $Ди = 0$ , так как обладатель товаров прямо заинтересован в распространении сведений о своих товарах и услугах. Полученную информацию Ит предприниматель-посредник предоставляет покупателю, за что может быть потребована оплата от потенциального покупателя в размере Д'и (чаще всего и в этом случае плата за информацию не требуется, т.е.  $Д'и = 0$ ).

В свою очередь покупатель может передавать бизнесмену-посреднику сведения  $I^*$  о товарах и услугах, которые ему требуются. При этом покупатель может оплатить посреднику услуги по поиску на рынке товаров и услуг с требуемыми характеристиками в размере  $Dп^*$ , т.е. в конечном итоге оплачивает сведения о наличии, характеристиках, месте и условиях продажи необходимых ему товаров и услуг.

Как правило, такая оплата осуществляется после заключения сделки на приобретение товара покупателем от обладателя товара и исчисляется по договору как компенсация за издержки посредника по поиску нужного поставщика товара или услуги.

Однако часто эта работа покупателем также не оплачивается, т.е.  $Dп^* = 0$ , а оплата услуг посредника осуществляется обладателем (производителем, поставщиком) товара.



Соотношение между информацией о предлагаемых товарах  $I_T$  и требуемых товарах  $I^*$

Полученную информацию  $I^*$  о товарах и услугах, которые хотел бы приобрести покупатель, посредник предоставляет владельцу товаров. Соотношение между информацией  $I_T$  и  $I^*$  обычно имеет вид, предоставленный на рисунке.

Область **A** на рисунке отражает сведения о предлагаемых производителем (поставщиком) товарах, которые хотел бы приобрести покупатель.

Эти товары являются предметом последующей сделки между владельцем товара и покупателем, при которой владелец предоставляет

Обладатель товара выплачивает при этом бизнесмену-посреднику вознаграждение  $Д_0^*$  за полученные от него сведения  $И^*$ . Это вознаграждение обычно выплачивается по результатам проведенной сделки между обладателем и покупателем товаров и исчисляются как процент от суммы сделки  $Д_т$  (обычно  $Д_0^*$  составляет не более 1—2% от  $Д_т$ ).

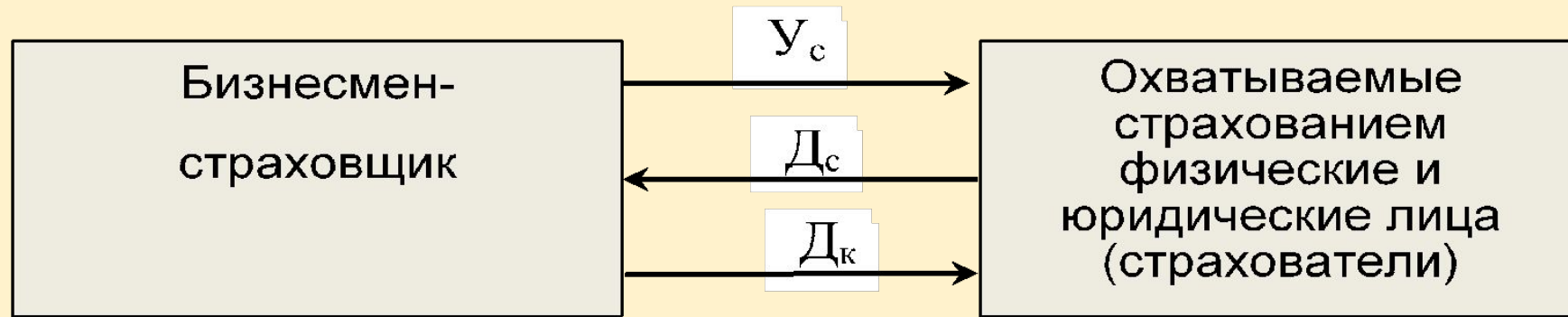
Область **Б** отражает сведения о потребных покупателю товарах и услугах, которыми не располагает обладатель товаров (производитель, продавец). Эти сведения могут служить базой для развития производства новых видов товаров, для закупки отсутствующих у продавца товаров у других производителей, для организации новых видов услуг, модификации выпускаемых товаров и т.д.



Область **В** отражает сведения об имеющихся у поставщика товарах, не востребованных покупателями. Эти сведения могут служить основанием для организации специальной компании с целью продвижения невостребованных товаров, для отказа от закупок (снятия с производства) некоторых видов товаров, для мероприятий по модернизации, переориентации, доработке соответствующих товаров и т.д.

В информационном бизнесе посредническая деятельность весьма развита и часто сочетается с консалтинговыми услугами в сфере применения перспективных видов технических СВТиС, внедрения новых ПС, использования новых видов информационных технологий в различных областях деятельности.

Одним из видов деятельности, сопутствующих производственному, торговому и иным видам бизнеса, является страхование. Схема взаимодействия участников страхового бизнеса представлена на рисунке:



**Обобщенная схема взаимодействия участников страхового бизнеса:**

$У_c$  — услуга по предоставлению страхового документа;  $Д_c$  — денежные выплаты за страхование;  $Д_k$  — денежная компенсация

страхового ущерба (потери)

В нашей стране до 1990-х гг. страхование жизни, движимого и недвижимого имущества, ценностей и пр. не было принято считать бизнесом.

Существовало только государственное страхование, которое сохранилось в настоящее время, в частности в форме социального страхования (пенсионное, медицинское страхование) или страхования пассажировна транспорте.

Непосредственное отношение к бизнесу имеют имущественное страхование, личное страхование жизни и здоровья, страхование риска и ответственности.

Бизнесмен, занимающийся страховым бизнесом, предоставляет в качестве услуги Ус документ о страховании, гарантирующий компенсацию в оговоренном размере страхового ущерба, т.е. потерь, возникших при наступлении страхового случая (пожара, хищения, стихийного бедствия, болезни, увечья и т.п.). За эту услугу взимается страховой взнос, исчисляемый как процент от суммы страховки с каждого клиента Дс.

При наступлении страхового случая страховщик выплачивает застрахованному клиенту денежную компенсацию Дк в соответствии со страховым обязательством.

Страховой бизнес будет прибыльным в том случае, когда:

$$\sum_{i=1}^N D_{ci} > \sum_{j=1}^M D_{kj}$$

где N — общее число застрахованных на данный период клиентов;  
M — общее число наступивших за тот же период страховых случаев;  
 $D_{ci}$  — сумма страховки, выплачиваемая  $i$ -м клиентом страховщику;  
 $D_{kj}$  — сумма страховой компенсации, выплачиваемая  $j$ -му клиенту страховщиком.

В информационном бизнесе страхованию могут подлежать различные виды оборудования (в том числе вычислительная техника, средства связи и др.) и иного имущества (ПС, БД, помещения и т.п.), а также риски и ответственность при проведении коммерческих операций на информационном рынке.

В реальной практике различные виды информационного бизнеса, как правило, выступают в той или иной степени в смешанной форме.

В частности, предприниматели, занятые производством СВТ, часто осуществляют также ее продажу, ремонт и техническое обслуживание.

Фирмы, разрабатывающие программные продукты, осуществляют их сопровождение у пользователей.

Коммерсанты, занятые торговым бизнесом в информационной сфере, занимаются также посредническим и консалтинговым бизнесом и т.п.