

ЕНЕРГОІНФОРМАЦІЙНА СУТНІСТЬ ЛОГІСТИЧНО-МАРКЕТИНГОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

© Гронська Н.С., 2005

На підставі визначення властивостей інформаційних відношень в ході трансформаційних відношень в процесі трансформації економічного потенціалу та дослідження функції акумулювання енергії інформації характеризуються умови переходу від енергоматеріального до енергоінформаційного управління.

On the basis of definition of properties of the information relations during transformation of economic potential and the researches of function of accumulation of energy of the information are characterized conditions of transition from energy-material to energy-information management.

Постановка проблеми. Перехід від біосфери до ноосфери, який очікує нашу цивілізацію в інформаційну еру, супроводжується відповідною зміною енергоматеріального обміну на енергоінформаційний. Ця зміна впливає із потреби еволюції суспільства, відтворення природного середовища та потреби досягнення рівноваги енергетичного бюджету планети. Цей перехід супроводжується зміною умов, підходів, технологій економічних перетворень, а саме:

- умов перетворення ресурсів природи (включаючи потенції людини) у матеріальні (М) інтелектуальні (І) та духовні (Д) блага;
- зміною підходів перетворення багатства людської історії, її енергоінформаційного потенціалу у внутрішнє, індивідуальне, особисте, починаючи від заміни ступеня об'єктивного сприйняття дійсності на рівень життєвих, суб'єктивних інтересів;
- зміною технологій перетворення знань у інформаційний ресурс інноваційного розвитку, зокрема зміною методології управління організацією на методологію спільної дії тощо.

Зазначені економічні перетворення зумовлюють розширення людського світогляду стосовно сенсу життя, вимагають інтеграції знань різних наук, зокрема економічних, які стають підґрунтям трансформації економічного потенціалу відповідно до потреб: адаптації процесів виживання та функціонування, акумулювання енергії інформації, реалізації функцій енергоінформаційного управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій засвідчує, що тенденції інтеграції знань, зумовлені обставинами глобалізації, стають підставою еволюції та засад розвитку інформаційних відношень [3, с.32; 4, с.57]. Як зазначає [1, с.73], їх потреба зумовлена тим, що починаючи з останньої чверті ХХ століття, розвиток світової цивілізації проходить під знаком освоєння інформаційної структури світу, що відображає собою трансформацію знань, починаючи з їх виникнення та закінчуючи інформаційною, матеріальною енергетичною матеріалізацією. Трансформаційна орієнтація становить сьогодні основу перетворень науково-технічного та економічного потенціалів інформаційного та економічного просторів та формування на різних їх рівнях мегатенденцій сучасності. Так, на думку проф. Є.В. Крикавського, такі провідні мегатенденції сучасності, як глобалізація, індивідуалізація, інформатизація та екологізація мають вагомий вплив також і на отримання синергічного ефекту логістики та на інші сфери економічної діяльності – виробництво, фінанси, маркетинг, персонал тощо [2, с.356]. З цього погляду логістично-маркетингові трансформації економічного потенціалу до певної міри відображають енергоінформаційну сутність їх синергічного ефекту.

Формування цілей статті. Метою статті є висвітлення ролі та умов формування інформаційних відношень в процесах трансформації економічного потенціалу та акумулювання енергії інформації, що зумовлюють постановку таких завдань:

1. Розмежування енергетичної сутності логістичної та маркетингової трансформації економічного потенціалу підприємства.
2. Визначення ролі функції акумулювання енергії інформації в процесі енергоінформаційного обміну.

Виклад основного матеріалу. 1. Характерною особливістю становлення сучасних економічних теорій та концепцій є намагання розуміння не стільки споживчих потреб людини, скільки її природи та ролі у формуванні інформаційних відношень у ході трансформації економічного потенціалу (ЕП).

Ключовим моментом трансформації економічного потенціалу підприємства, організації, галузі є застосування логістично-маркетингових концепцій дослідження економічного простору за інформаціологічним підходом, що полягає у аналізі та синтезі не властивостей речей, предметів та їхніх елементів, а відношень всередині них та їхніх відношень із довкіллям [4, с.33].

Економічний простір в теорії маркетингу представляють його внутрішнє і зовнішнє середовища, у методології логістики – логістичні системи переміщення, збирання, складування, пакування, обробки інформації, у інформаціології – внутрішня структура елементів економічного потенціалу, що є функцією інформації стосовно їх стану. Інформаційні відношення готують як умови використання та нарощування економічного потенціалу, так і умови його формування від дво- до чотиривимірного економічного простору.

У двовимірному економічному просторі трансформації підлягають організаційні структури підприємництва, у тривимірному – логістичні системи за структурою логістичних послуг, у чотиривимірному – структуризація ресурсів економічного потенціалу, для поглиблення джерел інформаційного потенціалу за аналітичною діагностикою стану виробничого потенціалу, функціонування інфраструктурного та маркетингового потенціалів [5, с.87].

Відповідно до метричних рівнів економічного простору виступають мікро-, мезо-, макро-, мега-, метатериторіальні логістичні рівні (ТЛР). На фоні ТЛР здійснюється трансформація та узгодження стосунків між партнерами підприємництва, конкуренції, відношень за маркетинговими стратегіями, впливом факторів мікро- та макросередовищ тощо.

Так, на мікро-ТЛР досліджуються режими задоволення потреб та попиту споживачів за оптимізацією складових маркетингу тіх. На фоні мезо-ТЛР відбувається координування відносин міжгалузевого кооперування, на макро-ТЛР – відносини конкуренції за параметрами конкурентоспроможності суб'єктів підприємництва та конкурентоспроможності виробів, технологічних процесів тощо. На фоні мега-ТЛР панують відносини міжнародної торгівлі за вимогами СОТ. На фоні мета-ТЛР відбувається зворотна трансформація інформації у відношення, що розвиваються на підставі усвідомлення нормалізуючого впливу задоволення потреб.

На перший план логістичної та маркетингової трансформації ЕП впливають інформаційні відношення, що виникають за розподілом, інтеграцією, структуризацією та диференціацією елементів ЕП.

Так, інформаційні відношення за розподілом логістичних витрат (капітал, фізичний потік, запаси) відображають окремі ланки логістичного ланцюга основних та оборотних фондів підприємства.

Інформаційні відношення за інтеграцією ресурсів ЕП забезпечують отримання синергетичного ефекту функціонування підприємства.

Інформаційні відношення за структуризацією ресурсів ЕП відображають рівень використання економічних можливостей виробництва, а інформаційні відношення за їх диференціацією стають підставою зв'язку між мікро-, мезо-, макро-, мега-, метатериторіально-логістичними рівнями економічного простору підприємства.

Отже, інформаційні відношення як міра визначеності певного об'єкта або події, за логістичною та маркетинговою трансформаціями ЕП готують як умови його доцільнішого використання в наступному періоді, так і умови формування інформаційно-економічного простору,

а також становлять підставу для його дефініції як сукупності інформаційних відношень стосовно стану та рівня трансформації ЕП, енергетичний бюджет якого залежить від трансцендентної рівноваги між його складовими. Цю рівновагу забезпечують генеруючі сили стільникової взаємодії всіх видів трансформації, оскільки повна інформаційна енергія усіх трансформаційних процесів, за умови їх гармонізації, залишається інваріантною.

Позаяк умови трансформації ЕП постійно змінюються, то зменшення чи збільшення одного виду інформації викликає відповідно збільшення чи зменшення іншого виду інформації. Внаслідок цього енергетичний ресурс інформаційних співвідношень у трансформаційному процесі не є однаковим та функціонально залежний від ініціації відповідних сфер діяльності. Енергетична характеристика трансформації ЕП числово дорівнює роботі, яку здійснюють логістичні, виробничі, технологічні, технічні, маркетингові та інші служби підприємства, сприяючи переміщенню, складуванню, перетворенню та реалізації товаро-матеріальних потоків. Загалом енергія трансформацій ЕП складається з потенційної та кінетичної енергії.

Потенційна енергія трансформації ЕП переважно залежить від застосування підходу маркетингового управління у визначенні обсягів та асортименту продукції виробництва, швидкості оборотних та товаро-матеріальних ресурсів, швидкості передачі інформації стосовно інформаційної взаємодії тощо. Вона становить собою енергію трансформації ресурсів, трансформації структури та енергію трансформації інформаційних відношень між ними.

Кінетична енергія трансформації ЕП є результатом руху інформаційних, матеріальних та фінансових потоків за використанням ресурсів ЕП у виробничій сфері, оптимізації мереж переміщення транспорту, оптимізації мережі розташування складів, об'єктів перевезення тощо. Вона зумовлена застосуванням логістичного підходу до пов'язання основних ланок логістичного ланцюга: постачання сировини, виробництво, дистрибуція.

Спостереження взаємодії активних та потенційних сил трансформації ЕП показує, що кожний окремих ресурс ЕП не створює енергії, не є енергетичним носієм, якщо не знаходиться в постійному русі сумісних перетворень з іншими. Натомість за умови певної упорядкованості сумісної трансформації складових ЕП він забезпечує певну інформаційну зрівноваженість. Аналогічно потреба зрівноваження (узгодження, гармонізації) енергетичних складових у ході трансформації ЕП випливає з того, що енергія взаємодії (зв'язку, тобто потенційна) завжди негативна. (Це експериментально доведено дослідженнями маси ядра, яка менша від суми мас нейронів та протонів, які входять до нього). Негативна потенційна енергія породжує негативну інертність та негативно впливає на величину кінетичної енергії у ході трансформації ЕП, якщо з нею не зрівноважена. Ось чому ні потенційна, ні кінетична енергії трансформації ЕП не є еквівалентними повній енергії трансформації ЕП. Тому застосування окремо маркетингового та логістичного аспектів трансформації ЕП практично малоефективне, що і засвідчує досвід роботи служб маркетингу багатьох вітчизняних підприємств, маркетингові стратегії яких недостатньо враховують важливість стратегій логістичних.

Вагомість концепції сумісного застосування логістично-маркетингових трансформацій ЕП полягає в тому, що сучасний розвиток теорії управління переорієнтовується з матеріально-енергетичного на енергоінформаційних обмін.

Якщо в матеріально-енергетичному обміні першоджерелом усіх модифікацій трансформації ЕП були матеріальні ресурси та енергія руху, то при енергоінформаційному обміні відбувається становлення синергетичних сил інформаційних відношень за моментом оборотності в інформаційному полі інформаційно-економічного простору.

Інформаційно-економічний простір визначений сьогодні енергоінформаційним, а його польова структура відображає різноманітні форми та співвідношення енергоінформаційного обміну. Джерелом енергоінформаційного обміну стають в наш час інформаційні форми структуризації, організації, взаємодії складових ЕП та його трансформацій у енергоінформаційному просторі.

Загальна величина енергетичного бюджету енергоінформаційного простору в ході трансформації ЕП змінює свої форми активної чи пасивної дії і в інформаційному аспекті неоднорідна та

зумовлена до певної міри як плинністю логістично-маркетингових трансформацій інформаційних потоків, так і трансформацією функцій управління. Як відомо, інформаційні потоки логістично-маркетингового скерування трансформуються відповідно до функціонального призначення в управлінні енергоматеріальним та енергоінформаційним обміном. Проте якщо в управлінні енергоматеріальним обміном задіюються загальні функції планування, регулювання, організування, контролювання, то в управлінні енергоінформаційним обміном реалізації підлягають функції ідентифікування, акумулювання, торсіювання, реляціонування (рис. 1).

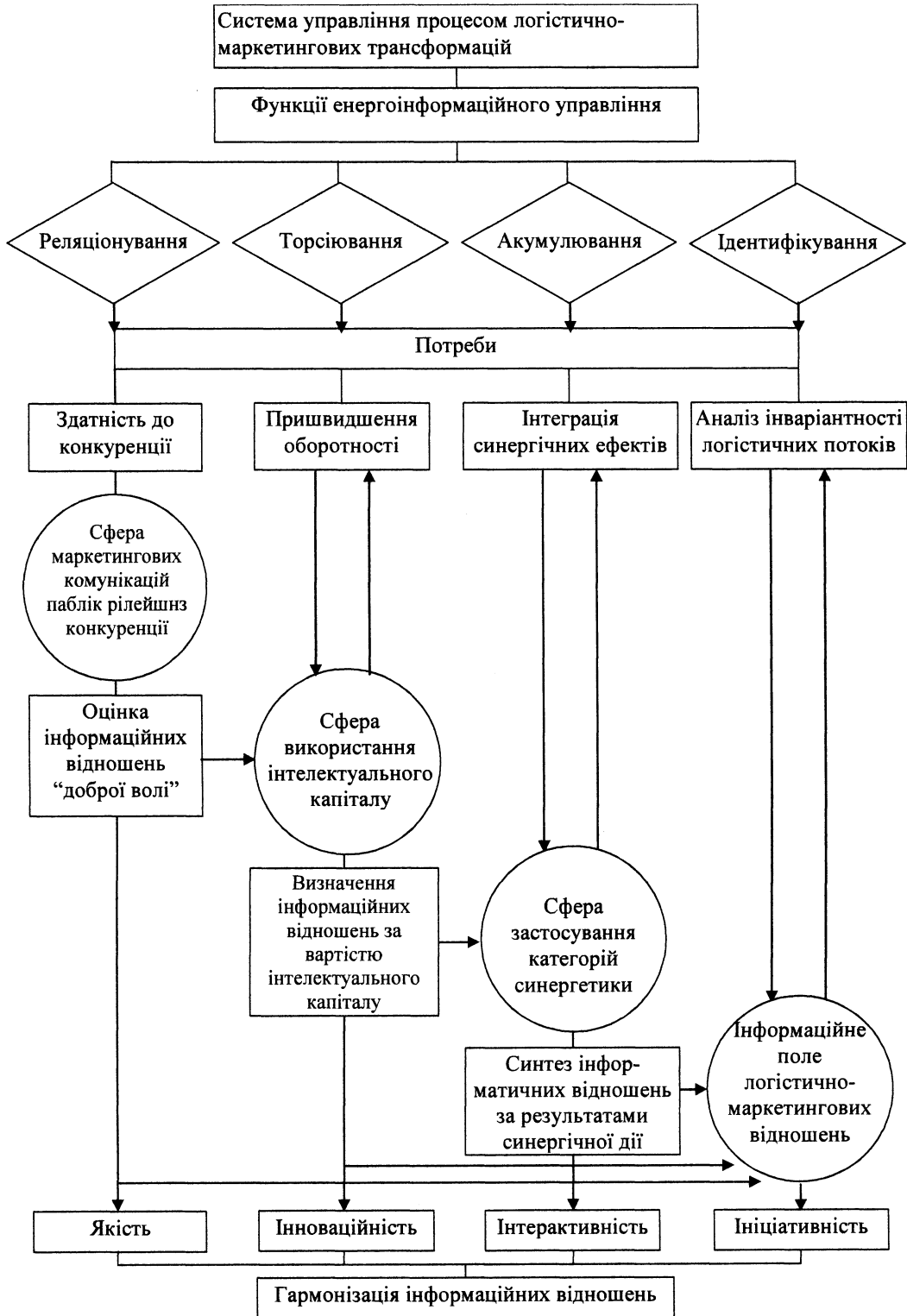


Рис. 1. Механізм управління процесом логістично-маркетингових трансформацій

Здійснення функцій реляціонування як інформаційних повідомлень партнерів бізнесових операцій про хід маркетингової діяльності відображає не тільки зв'язки з клієнтами, але також з іншими учасниками ринку як групами постачальників, посередників, власних працівників фірми тощо. Логістично-маркетингове реляціонування трансформується у здатність до конкуренції, яку продукує енергія "доброї волі" за маркетинговими комунікаціями паблік рілейшнз. Вивільнення енергії "доброї волі" стимулює визначення вартості інтелектуального капіталу за функцією торсіювання інноваційної діяльності, тобто прискорення оборотності за асиметрією інформаційних відношень між іноваціями виробничого та комерційного призначення.

Реалізація функцій акумулювання енергії логістично-маркетингових перетворень сприяє трансформації категорій синергетики у інтерактивні інформаційні відношення. Інтерактивність використання функції акумулювання, що трансформується у потребу інтеграції синергетичних ефектів, впливає на ініціацію ідентифікування логістичних матеріально-фінансових потоків з інформаційними.

Отже, логістично-маркетингові трансформації функцій енергоінформаційного управління стає підставою для поєднання топології взаємних логістично-маркетингових перетворень і з простором енергоінформаційного обміну. Наведений на рис. 1 механізм управління процесом логістично-маркетингових трансформацій відображає залежність перетворення функцій енергоінформаційного управління від способів формування та використання інформаційних ресурсів інформаційного поля логістично-маркетингових інформаційних відношень, а також перенесення інформації із сфери реалізації одної управлінської функції у сферу іншої за технологічною послідовністю. Характерними рисами логістично-маркетингових трансформацій є послідовність перетворення істотних властивостей інформаційних повідомлень та вторинність використання інформаційних ресурсів, тобто їх безвідходність.

2. Важливою функцією управління енергоінформаційним обміном є акумулювання енергії інформації. Йдеться передусім про накопичення енергії знань, необхідних для ліквідації конфліктів при переході від матеріалістичного до інформаційного сприйняття економічних перетворень, при трансформації дисипативної системи народного господарства, пов'язаної з перетворенням видів енергії. Повна енергія такої системи, внаслідок перетворень взаємодій у взаємовідношення, переходить в другі види енергії. Водночас реалізуються засади гармонійності у тріадній трансформації економічного потенціалу матеріальних, інтелектуальних, духовних ресурсів за трьома напрямками:

- інформативно-духовно зарядженої речовини у живу матерію інтелекту ($D \rightarrow I$);
- живої матерії інтелекту у енергію фізичної матерії ($I \rightarrow M$);
- енергії фізичної матерії у енергію інформації ($M \rightarrow D$).

Енергоінформаційний обмін має циклічний характер і в результаті гармонійних трансформацій речовини, інтелектуальної та фізичної живої матерії у інформацію відбувається кількісне та якісне накопичення духовних сил. Останні трансформуються у енергію знань та інформації, що переходить у поле свідомості абсолюту, відповідального за еволюцію живих та неживих систем. За визначенням проф. В.М. Волченка, неживі системи включають речовину в газовому (G), рідкому (R_d), твердому (T_v) стані та комп'ютерні системи (KC). До живих систем належать: рослинний (P), тваринний, пташиний світ, світ плазунів (T_{PP}) та людей (L). В цих системах, як це показано на рис. 2, внаслідок різноманітної взаємодії відбуваються процеси енергоматеріальних ($E \rightarrow M$), матеріально-енергетичних ($M \rightarrow E$) та енергоінформаційних ($E \rightarrow I_n$) перетворень обмінного характеру.

Діаграма – модель переходу від енергоматеріального до енергоінформаційного обміну ілюструє, що підвищення інформативності (I) та підняття на вищий рівень свідомості інтелектуального ресурсу резонує із зростанням духовності та структурованістю живих систем.

Лівий верхній кут діаграми демонструє високу енергетичність енергоматеріального обміну ($M_E > 10^{10}$ Вт / см²) і низьку духовну інформативність (I до 10 біт / сг), що характерно для плазмових процесів та відображає можливість акумуляції на планеті енергії плазми. Питома швидкість перетворення інформації при переході від неживих систем до живих біологічних досягає 10^{47} біт/сг.

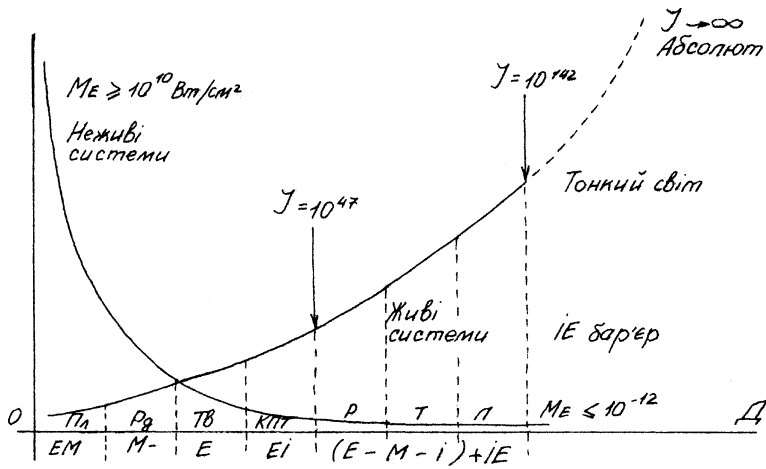


Рис. 2. Діаграма – модель переходу від енергоматеріального до енергоінформаційного обміну

Перетворення живих систем відбувається відповідно до засад тріадної трансформації, яка доповнюється інформаційно-енергетичним перетворенням на етапі переходу інтелектуального рівня на рівень вищої свідомості. І тут на перше місце не випадково виступає інформаційно-духовна (І→Д) взаємодія, оскільки рівень матеріальної енергетичності (M_E) знижується до 10^{-12} Вт/см². Цей етап перетворень представляє інформаційно-енергетичний (ІЕ) гамма-бар'єр між свідомістю людини в світі речей і свідомістю в світі інформаційного поля фізичного вакууму. Оскільки долати гамма-бар'єр – призначення людини, то вона повинна відчувати власну значущість акумулювання енергії інформації як в індивідуальному порядку, так і в суспільному, а також вагомість ролі функції акумулювання енергії інформації, в процесі енергоінформаційного обміну як стратегічного напрямку формування інформаційного поля планети та поля свідомості, оскільки M_E матеріалізується у плазмі (П_п), І – акумулюється у полі свідомості, а Д – концентрується у вакуумі. Отже, енергоінформаційний обмін забезпечує перетворення матеріальних ресурсів у духовно-інформаційні блага.

Висновки. 1. В умовах переходу від енергоматеріального до енергоінформаційного типу управління логістичне управління може сприйматися як інтегруючий напрям поєднання топології економіки (як властивостей трансформації елементів множин економічних потенціалів, що не змінюються при неперервних взаємно однозначних перетвореннях) з простором енергоінформаційного обміну.

2. Перетворення ресурсів природи у матеріальні, інтелектуальні та духовні блага повинно гармонізувати з процесами трансформації економічного потенціалу за відповідністю у сферах діяльності.

3. Перетворення технології набуття знань у технологію навиків супроводжується переоцінкою стратегічних засад їх прийнятності, як в практичному задоволенні індивідуальних потреб, так і задоволення вимог еволюції суспільства стосовно досягнення синергічного ефекту енергоінформаційного управління на основі закономірності інформаційних процесів та технологій в мікро- та макросвітах Всесвіту.

4. Метою перетворення підходів до задіяння функції акумулювання енергії інформації повинно стати відродження етнічних традицій, шанування органічної єдності людини з її природним індивідуальним енергоінформаційним потенціалом.

1. Горевалов С. Трансформація енергоінформаційних структур соціально-економічної системи України. – Львів, 1999. 2. Крикавський Е. Логістика. Основи теорії. – Львів, 2004. 3. Овезгельдыев О. Синергетическая теория жизни. – Харків, 2001. 4. Юзвішин І.Й. Інформаціологія. Східноукраїнський державний університет. – Луганськ, 1999. 5. Гронська Н.С., Граб М.Б. Дослідження маркетингових можливостей у економічному просторі // Маркетингові дослідження в Україні: Матеріали III Міжнар.наук.-практ. конф. м. Ялта, 2004.. 6. Волченко В.Н. Духовная экзотика в мире сознания и в Интернете // Сознание и физическая реальность. – Т. 2. – № 4. – 1997. – С. 1–14.