Ю. А. МАТУСОВ,
действительный член Санкт-Петербургской инженерной академии и Международной академии наук, директор Санкт-Петербургского учебного центра курортов "Лахта", профессор кафедры высшей математики Санкт-Петербургского Гуманитарного университета профсоюзов;
А. А. БОРОВИКОВ,
руководитель научно-методического отдела Санкт-Петербургского учебного центра курортов "Лахта"

КУЛЬТУРА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБМЕНА В УСЛОВИЯХ ЭФФЕКТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ

Информация в цивилизованной экономике — главный ресурс. Сегодня уже не капитал определяет суть социальных и производственных отношений, а процесс и использование знаний (информации). Эффективная экономика является информационной по своей сути. В нашем случае рынок информации — это институт или механизм, который сводит вместе предъявителя спроса и поставщиков конкретной услуги. Первым является клиент, желающий воспользоваться через существующих представителей услугами оздоровительных учреждений (санаториев, домов отдыха, пансионатов и т. п.).

Здесь мы можем встретить следующих участников рыночных отношений:

— генераторы информации — оздоровительные и медицинские учреждения, которые поставляют услуги на рынок;

— информационные центры, осуществляющие обработку и реализацию информации, банки данных, анализ рынка спроса согласно его сегментации и т. д.;

— посредники — различные агентства, брокеры услуг, медицинские учреждения и т. д.;

— клиенты — конечные пользователи и потребители информации, такие как организации по предоставлению услуг, медицинские учреждения, посредники и обособленные потребители (отдыхающие, оздоравливающиеся туристы).

Такая схема информационного рынка требует несколько иных концептуальных основ. Как известно, наличие информации, пусть конкурентоспособной или даже уникальной, не гарантирует автоматически успешного ее использования. Для этого необходимо проведение ряда дополнительных мероприятий, объединяемых понятием "маркетинговая подготовка". Первоначально термин "маркетинг" относился к мероприятиям по продвижению уже готовых услуг на рынок и фактически отождествлялся с реализацией. Впоследствии (начиная с 50-х годов) получила распространение более широкая его трактовка, согласно которой маркетинг представляет собой рыночную концепцию управления современным предприятием, при которой в основе принятия хозяйственных решений лежит рыночная информация, а обоснованность решений проверяется рынком в ходе реализации услуг.

Если в соответствии с первой моделью предприятия, исходя из имеющихся у него ресурсов, организаторы стремились произвести как можно больше услуг и лишь затем всеми возможными способами обеспечить их реализацию, то вторая модель требовала, чтобы у организаций, придерживающихся расширительной концепции маркетинга, исходными пунктами цикла предпринимательской деятельности становились изучение потребительского спроса, поиск клиентов, и уже на этой основе строился весь процесс хозяйственной деятельности.

Основными принципами маркетинга как рыночной концепции управления являются:

— всестороннее изучение рынка, спроса, вкусов и желаний клиентов;

— приспособление структуры хозяйства к требованиям рынка, организация только тех услуг, которые отвечают спросу.

В настоящее время в санаторно-курортном комплексе профсоюзов России функционируют 682 предприятия, в том числе: 459 санаториев, пансионатов и домов отдыха общей вместимостью 205,5 тысячи коек.

Санаторно-курортная система профсоюзов имеет многолетний опыт оздоровления населения, обладает уникальной лечебно-оздоровительной базой, оснащенной самой современной диагностической аппаратурой, что позволяет эффективно проводить лечение заболеваний органов дыхания, обмена веществ, кровообращения, пищеварения, дыхательной и нервной систем, гинекологических и кожных заболеваний, а также болезней почек и мочевыводящих путей. Имеются кроме того специализированные санатории и отделения для лечения лиц, страдающих последствиями травм и поражений спинного мозга, бронхиальной астмой, глаукомой, сахарным диабетом, сосудистыми заболеваниями конечностей и др.

Исходя из этого, если рассматривать данную систему с точки зрения теории информации, при полной загрузке она должна работать в целом с общим примерным объемом в 200—400 тысяч Гбт. Очевидно, что решение такой задачи с помощью модели фон Неймана, использующей последовательное выполнение различных математических и технологических операций, становится весьма проблематичным. Естественно в данном случае воспользоваться информационной системой, базирующейся на фундаментальной концепции параллельного выполнения соответствующих операций, которая уже в принципе не ограничивает информационную производительность системы в целом. Такую систему предложил доктор технических наук, профессор Эдуард Владимирович Евреинов.

Все перечисленные свойства информационного рынка, идеология его маркетинга требует инновационных технологий, основанных на принципах Э. В. Евреинова. К таким системам относится компьютерная сеть Internet, способная пропустить около 45000000 бит в секунду и осуществить параллельное выполнение соответствующих операций.

История сети Internet началась более 20 лет назад в США и за это время она охватила там самые разные аспекты человеческой жизни и деятельности, став при этом такой же реальностью, как и многие другие компоненты современной американской инфраструктуры. Примерно около трех лет назад начался бум европейского Internet, и сегодня в Европе в этой сети уже работает почти каждый пятый компьютер. При этом интересно отметить, что среди стран с наибольшим числом пользователей Internet на душу населения находится наш северо-западный сосед — Финляндия.

По способу соединения между собой различных объектов санаторно-курортных предприятий можно выделить два основных подхода: "каждый с каждым" и магистральный.

Если, например, имеются девять различных пунктов, то, используя принцип соединения "каждый с каждым", первый пункт следует соединить с остальными восемью, второй пункт будет иметь семь новых связей, так как одна связь (с первым пунктом) у него уже имеется, третий пункт потребует уже шесть новых связей и т. д. Общее число связей определяется по формуле для суммы арифметической прогрессии, например, при 682 пунктах потребуется 232903 связи. Такой огромный рост числа связей, свойственный данному способу, не позволяет применять его при большом числе пунктов приема информации.

С другой стороны, использование магистрального принципа требует при девяти пунктах только одной магистрали и девяти локальных соединений каждого пункта с магистралью. В свою очередь, каждую магистраль с подсоединенными к ней пунктами можно рассматривать как единую локальную сеть и строить магистральные связи теперь уже между такими локальными сетями, создавая супермагистраль. Магистральный способ соединения имеет еще одно важное преимущество — он позволяет осуществлять связь по принципу "многие со многими", что обеспечивает в Internet возможность организации подписных листов и телеконференций.

В ближайшем будущем глобальная компьютерная сеть может стать самым эффективным средством в рекламе оздоровительных услуг. Кроме того, в перспективе она должна занять ключевое место в рекламе профессионального обучения потребителей, когда потенциальный учащийся сможет заблаговременно узнать все об учебных планах и программах центров обучения и повышения квалификации, о составе преподавателей, наличии технологических лабораторий и учебного оборудования, а также, при необходимости, о ценах за обучение, питание, проживание и содержание культурных программ.