

Н.М. Кривошесва, ст. викл.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОТРЕБ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Досліджено аспекти діяльності підприємства щодо задоволення своїх інформаційних потреб. Розглянуто роль інформації та інформаційних ресурсів у діяльності сучасних підприємств, що зумовлено постійно зростаючим рівнем інформатизації ринкового середовища.

Исследованы аспекты деятельности предприятия по удовлетворению своих информационных потребностей. Рассмотрена роль информации и информационных ресурсов в деятельности современных предприятий, что обусловлено постоянно возрастающим уровнем информатизации рыночной среды.

In article aspects of activity of the enterprise for satisfaction of the information requirements are investigated. The role of information and information resources in activity of the modern enterprises that is caused by constantly increasing level of informatization of the market environment.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Успішна реалізація цілей і завдань розвитку сучасного підприємства значною мірою залежить від ефективного використання інформаційних ресурсів, які є основою інформаційного забезпечення діяльності підприємства і визначають його комерційний успіх. Протягом тривалого часу інформаційному забезпеченню на вітчизняних підприємствах приділялося недостатньо уваги, що спричинило існування так званого інформаційного вакууму.

Сьогодні перед кожним підприємством постає проблема створення єдиного інформаційного простору та пошуку способів якісного управління інформаційними ресурсами для забезпечення його стійкого розвитку. Як стверджують відомі норвезькі вчені К'елл А. Нордстрем і Йонас Ріддерстрале, «проблема більшості організацій – не в тому, що вони мало знають, а в тому, що вони не знають, що саме вони знають. Знання розкидані по всій організації, і нікому не відомо, скільки їх, як і куди вони переміщуються, де вони зберігаються і який насправді інтелектуальний потенціал компанії» [1].

Інформаційне забезпечення діяльності підприємства залежить не тільки від наявності інформаційних ресурсів, але й від можливостей впровадження інформаційних інновацій, упорядкування інформаційних потоків підприємства, від вирішення проблем його ефективної інформаційної взаємодії з іншими суб'єктами ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичною основою дослідження стали наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених у галузі управління підприємством та інформаційного забезпечення його діяльності.

Варто зазначити, що дана тематика частково розглядається в працях українських економістів: П.П. Воробієнко, В.М. Гранатурова, А.К. Голубева, Ю.Г. Корнєва, В.Л. Осецького, Д.М. Черваньова та ін.

Останнім часом науковці активно вивчають та досліджують окремі аспекти значення інформації та інтелектуальних ресурсів при забезпеченні конкурентоспроможності підприємств, місця інформаційних технологій у системі менеджменту, способів управління інформаційними ресурсами та запровадження стратегічних рішень з використанням інформаційних технологій для забезпечення успішного розвитку підприємств [1-4].

Мета та завдання статті. Метою дослідження є визначення характерних особливостей інформаційного забезпечення потреб сучасних підприємств для забезпечення їх стійкого розвитку в умовах динамічного середовища господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасне підприємство потребує інформації не тільки на етапі досягнення поставлених цілей, але й на етапі визначення мети. Інформаційні потреби є наслідком необхідності орієнтування господарюючого суб'єкта в навколишньому середовищі. Для адекватного й актуального інформаційного наповнення необхідне свідоме створення на підприємстві єдиного інформаційного середовища, яке б поєднувало принципи й механізми інформаційного забезпечення прийняття стратегічних і тактичних управлінських рішень.

Маркетингова інформація є однією з найважливіших складових інформаційного забезпечення підприємства, що передбачає наявність інформації, необхідної для управління економічними процесами, що міститься в базах даних інформаційних систем. На сучасному етапі до інформаційного забезпечення висуваються такі вимоги: актуальність, достовірність та своєчасність інформації; висока швидкість збирання, обробки та передавання; надійність із відповідним ступенем ризику;

адресність; можливість багаторазового використання та кодування з метою захисту інформації [2].

Інформація дозволяє впорядкувати господарські процеси та узгоджувати їх із навколишнім середовищем і внутрішніми потребами підприємства. Усуваючи або знижуючи невизначеність, інформація визначає стратегію фірми та способи досягнення поставлених цілей. У зв'язку з цим інформація має відповідати таким основним вимогам:

- точність означає, що дані повинні мати чітке одне значення і не припускати різних тлумачень;

- періодичність вимагає своєчасного періодичного надходження інформації у відповідний структурний підрозділ чи до конкретного співробітника;

- повнота означає, що кількість інформації повинна бути достатньою для оцінки ситуації та прийняття рішення на певному рівні в управлінні;

- корисність вимагає, щоб інформація не містила даних, які не потрібні для вирішення проблем управління;

- доступність полягає в тому, щоб інформація подавалася в такому вигляді, який не потребує додаткової переробки та не ускладнює процес прийняття рішення.

Однією з умов стабільного функціонування та ефективної реалізації напрямів розвитку підприємства є використання в його діяльності принципів та інструментарію інформаційного забезпечення.

Під інформаційним забезпеченням діяльності підприємства маємо на увазі сукупність форм, методів та інструментів управління інформаційними ресурсами, необхідних і придатних для реалізації аналітичних і управлінських процедур, що забезпечують стабільне функціонування підприємства, його стійкий перспективний розвиток.

Інформаційне забезпечення процесу управління підприємством – це складний механізм узгодження інформаційних ресурсів і способів їх організації, за допомогою яких керівництво отримує необхідні дані для прийняття відповідних управлінських рішень щодо подальшої діяльності підприємства.

Інформаційне забезпечення поширює інформацію для користувачів, необхідну для вирішення управлінських, науково-виробничих та інших питань, що виникають у процесі діяльності. Зміст кожної конкретної інформації визначається потребами управлінських ланок і процесів управління для прийняття обґрунтованих раціональних рішень.

Для ефективного функціонування системи управління важливе значення має своєчасність надходження інформації. Часткова інформація, одержана своєчасно, значно корисніша для управління, ніж повна інформація за всією формою, одержана із запізненням. Досвід показує, що багато простоїв техніки і людей трапляються через недостатнє оперативне забезпечення управлінського апарату потрібною достовірною інформацією.

Найважливішою умовою ефективності й конкурентоспроможності стає швидкість знаходження, використання та перетворення вихідної інформації в рішення та дії, спрямовані на зміну якості або кількості продуктів чи послуг на цільовому ринку. Сукупність вихідної інформації різного характеру, що призначена для прийняття рішень, можна вважати за інформаційне забезпечення підприємства. Вихідна інформація має два різновиди:

- інформація про стан зовнішнього середовища;
- інформація про стан підприємства.

Інформація про стан зовнішнього середовища містить дві групи:

- ринкова кон'юнктура;
- механізм регулювання діяльності підприємства владними

структурами держави.

Для характеристики ринкової кон'юнктури залучають дані, що наводять у статистичних оглядах, офіційній літературі, комерційних публікаціях, рекламних виданнях та ін. Доцільним і результативним є інформація у вигляді прямого опитування, анкетування та інших прийомів, що широко використовуються у практиці маркетингових досліджень. Інформацію про ринкову кон'юнктуру під час створення чи розвитку підприємства можна поділити на наступні види:

- характеристика ринку (ємність, структура, насиченість відповідною продукцією);
- характеристика товару й можливості його збуту (призначення товару, вимоги до якості, етапи «життя» на ринку, обсяг попиту і пропозиції та ін.);
- рівень конкуренції (наявність конкурентів, їх кількість, потужність, фінансова стабільність, рейтинг);
- рівень цін (види, динаміка цін на відповідну продукцію, прогноз цінових тенденцій у майбутньому);
- можливості залучення коштів (розвиненість банківських, інвестиційних та фінансових установ, види кредитів, умови кредитування, кредитні проценти);

- фінансові характеристики (курси валют, активність фондових бірж, темпи інфляції);
- можливості ресурсозабезпечення (джерела й умови постачання ресурсів, рівень цін на матеріальні ресурси, активність товарних бірж);
- інші види інформації (стабільність макроекономічної політики, рівень безробіття, активність іноземних інвесторів та ін.).

До механізму регулювання діяльності підприємства владними структурами держави відносяться система оподаткування; система обов'язкових платежів; система держзамовлень і держінвестицій; система регулювання зовнішньоекономічної діяльності; система антимонопольного регулювання; система регулювання оплати праці; система захисту прав споживачів; система захисту довкілля та інші види регулювання й контролю.

Інформацію, яка характеризує стан підприємства є організаційно-правові характеристики; матеріальні й трудові ресурси; організаційно-технологічні можливості; економічні та екологічні характеристики; інші види інформації.

Варіант побудови дієвої оргсистеми інформаційного обслуговування підприємства, що об'єднана з технологією оперативного управління бізнес-процесами, описано Б. Бармаковим [4]. Ця система здатна:

- контролювати стан робіт і результатів з найважливіших напрямів поточної діяльності;
- забезпечувати підприємство відповідною релевантною інформацією;
- регулювати рух інформаційних ресурсів для використання в цільовій діяльності відповідно до напрямів і ритмів бізнес-процесів;
- оперативно знаходити інформацію у величезному масиві різнорідних джерел для поточних і перспективних завдань управління;
- акумулювати, аналізувати та узагальнювати документований досвід професіоналів, перетворюючи його на загальнодоступний корпоративний інтелект;
- упорядковувати діяльність, пов'язану з розвитком інформаційної системи.

Зрозуміло, що здійснення управління не можливе без інформації як ключового ресурсу для планування, організації, мотивації, контролю на підприємстві. Під час формуванні інформаційного середовища наявність відмінностей інформаційного забезпечення

процесу розробки стратегії та прийняття стратегічних рішень на різних етапах стратегічного управління наведено в табл. [3].

Аналіз інформаційних потреб є істотним етапом стратегічного й поточного планування. Послідовний і якісний підхід до цього процесу дозволяє оптимізувати роботу всього підприємства на основі виявлення найбільш актуальних інформаційних потреб і їх найкращого задоволення.

Таблиця – Потреба в інформації на різних етапах стратегічного планування та управління

Етап		Використовувана інформація
	1	2
Стратегічне планування	Визначення місії та цілей	Загальна інформація про навколишнє середовище, потенційні ринки, наявності ринкових ніш, власних ресурсах
	Аналіз навколишнього середовища (SWOT-аналіз)	Інформація про можливості й загрози, сильні й слабкі сторони підприємства
	Аналіз стратегічного положення підприємства на ринку	Оцінка частки ринку, рентабельності, життєвого циклу, аналіз використовуваних технологій, конкурентний аналіз
	Вибір стратегії	Рекомендації стратегічного аналізу, особистий досвід керівника, інформація із закритих каналів, поради фахівців
	Оцінка обраної стратегії	Інформація про відповідність обраної стратегії життєвим реаліям через певний проміжок часу
	Виконання стратегії та контроль	Інформація про виконання стратегії та результати діяльності підприємства на ринку, які стали наслідком виконання стратегії
	Управління за допомогою вибору стратегічних позицій	Дані стратегічного аналізу, інформація про ресурси підприємства
Стратегічне управління	Ранжирування стратегічних завдань	Визначення першочергових напрямів діяльності на базі виробленої стратегії, а також з обліком найбільш істотних змін, що відбулися в навколишньому середовищі в період планування
	Управління за слабкими сигналами	Інформація про слабкі сигнали, дані оцінки ступеня впливу тих або інших загроз на компанію з урахуванням обраної раніше стратегії
	Управління в умовах стратегічних несподіванок	Постійний моніторинг навколишнього середовища відносно можливостей і загроз у процесі даного керування

Під актуальністю маємо на увазі цінність даної конкретної інформації для даного споживача в певний момент часу. Критерієм актуальності є ступінь відповідності інформації меті діяльності підприємства. Мета формулюється на основі стратегічних і тактичних цілей підприємства. На цій основі також визначаються найбільш актуальні напрями задоволення інформаційних потреб. Метою оцінки інформаційних потреб є виявлення найбільш актуальних напрямів інвестицій в інформацію в досліджуваний плановий період.

Для задоволення зростаючих інформаційних потреб сучасних компаній та забезпечення ефективності управління бізнесом використовують так звані системи імітаційного моделювання та бізнес-аналітики (Business Intelligence – BI), що поєднують процеси збирання даних, аналізу, моделювання та прогнозування. Одержувані за їх допомогою оперативні й достовірні дані допомагають не тільки підвищувати поточну продуктивність робіт і якість планування, але й знаходити нові способи використання таких активів, як знання персоналу, цінність клієнта, ефективні мережі бізнес-партнерів, можливі джерела інновацій. Методи, застосовувані в системах BI, дозволяють реалізувати так званий закон Паретто, відповідно до якого 80% прибутку дають 20% видів діяльності.

Ефективність використання інформаційних ресурсів підприємства визначає результативність реалізації не тільки його поточних завдань, а й стратегічних цілей розвитку, що потребує принципово нових підходів до інформаційного забезпечення всієї діяльності. Підвищення рівня інформаційного забезпечення діяльності підприємства приводить до збільшення оперативності та адекватності процесу прийняття управлінських рішень, зростання показників ефективності діяльності підприємства, стабілізації його

фінансового стану. Усе це веде до посилення конкурентних позицій підприємства.

Висновки. Ефективне функціонування та перспективний розвиток підприємства в сучасних умовах формування інформаційного суспільства залежать у першу чергу, від використання нових методів та інструментів управління підприємством, рівня інформаційного забезпечення його діяльності та результативності використання інформаційних ресурсів.

За результатами проведених досліджень доцільно здійснити наступні заходи щодо зниження рівня інформаційного ризику на підприємствах: підвищення інформаційної насиченості маркетингової діяльності підприємств; підвищення рівня якості інформації; підвищення питомої ваги таких джерел інформації, як постачальники, замовники, споживачі, конкуренти, посередники, рекламні агентства, засоби масової інформації, Internet; активніше використовувати опубліковані джерела інформації та інформаційної індустрії.

Отже, ефективне здійснення маркетингової діяльності господарюючого суб'єкта не можливе без актуальної, повної, достовірної та всеосяжної інформації про споживачів, конкурентів та кон'юнктуру ринку, отриманої на основі сучасних інформаційних технологій, методів і моделей аналізу та подання інформації.

Список літератури

1. Нордстрем К .А. Бизнес в стиле фанк. Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге / К. А. Нордстрем, Й. Риддерстрале. –СПб. Питер, 2003. – 165 с.

2. Босак І. П. Вплив інформаційних систем управління на підвищення конкурентоспроможності підприємства / І. П. Босак // Вісник Львівського державного інституту новітніх технологій та управління ім. В. Чорновола. – Львів, 2008. – Вип. 3. – С. 134–144.

3. Информационное обеспечение стратегического управления и планирования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<http://www.stplan.ru/articles/theory/stplinfo.htm>>

4. Бармаков Б. Роль информационного обеспечения в управлении компанией / Б. Бармаков // Управление компанией. – 2007. – № 2.

Отримано 01.05.2013. ХДУХТ, Харків.

© Н.М. Кривошеєва, 2013.