

УДК 664.14.003.13

Лановська Г. І.

Національний університет харчових технологій

## ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ КОМПАНІЇ

У статті наведено результати системних досліджень інформаційного забезпечення управління розвитком компанії, в межах чого визначено принципи управління розвитком компанії, обґрунтовано необхідність та принципи інформаційної підтримки управлінських рішень, розглянуто підходи до змістовного наповнення інформаційного простору.

**Ключові слова:** управління розвитком, інформаційний простір, інформаційне забезпечення управління розвитку компанії.

**Постановка проблеми.** Становлення інформаційної економіки характеризується зростанням значущості інтелектуальної складової у формуванні ринкового успіху як окремих компаній, так і національних економік. За таких умов серйозно ускладнюється процес прийняття управлінських рішень. Зокрема загострюється потреба у формуванні відповідної інформаційного забезпечення. Зростання масштабів інформації та ускладнення структури інформаційного простору зумовлюють потребу в оптимізації інформаційних потоків для забезпечення ефективності управління підприємством.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню ролі інформації у сучасній економіці присвятили свої праці визнанні науковці: Дж. Стиглер, К. Ерроу, Р. Коуз, Дж. Ходжсон, Д. Белл, А. Маршалл, Е. Тюффлер, В.І ноземцев, Е. Маймінес, К. Вальтхаут. Незважаючи на значну кількість публікацій в сфері дослідження інформаційних аспектів управління, проблему інформаційного забезпечення управління розвитком компанії слід визнати практично не розглянутою. Отже, необхідно вирішити ряд завдань: уточнення економічного аспекту у дефініції «інформація», її ролі у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства, принципів і методів управління інформаційними потоками на різних етапах життєвого циклу компанії, а також створення інформаційних систем управління підприємствами.

**Метою нашого дослідження** є питання ідентифікації інформаційного простору, формування принципів та механізмів інформаційного забезпечення розвитку підприємств.

**Виклад основного матеріалу.** Явища реального світу і процеси, що відбуваються у суспільному виробництві, об'єктивно відображаються за допомогою інформації, потоки якої реально існують поряд з потоками робочої сили, матеріалів і знарядь праці. Подібно речовині і енергії, інформацію можна створювати, обробляти, зберігати, передавати, використовувати.

Інформація (англ. Information) – означає тлумачення, повідомлення, роз'яснення, викладання [1, с. 48].

В теорії управління до інформації відносять такі сигнали (відомості, повідомлення), які несуть знання, зменшують невизначеність. Якщо повідомлення або його частина для даного одержувача не є інформацією, то воно називається шумом. Повідомлення перетворюється в шум, якщо передається тому, хто про це знає (пізнавальний шум), або якщо в таких відомостях немає потреби (кібернетичний шум). В економічній літературі використовують також поняття «метайнформація», під яким розуміють інформацію, похідну від тієї, яку одержують безпосередньо.

Інформацію у формі повідомлень, відомостей не можна віднести ні до матерії, ні до свідомості. Вона властива як живій, так і неживій природі. Якісна різноманітність об'єктивного світу зумовлює якісну багатозначність інформації. На відміну від неживої природи, яка може бути тільки джерелом інформації, жива природа, крім того, сприймає і переробляє її. Людина, як істота соціальна, одержує, збирає, зберігає, свідомо переробляє і використовує інформацію у своїй цілеспрямованій діяльності. На практиці всі технологічні, організаційні, економічні і соціальні процеси породжуються, супроводжуються і спрямовуються інформаційними процесами, які відображають різні взаємовідносини між об'єктами живого світу і становлять суть та форми зв'язку між управлінськими системами.

Інформацію в сфері менеджменту часто образно порівнюють з нервовою системою, що забезпечує функціонування живого організму. Завдяки обміну інформацією між системою, якою управляють, інформацію про стан заданих параметрів, виробляє команда управління і знову передає її до системи, якою управляють, для виконання (прямий зв'язок). Надходження інформації про результати управління прийнято називати зворотним зв'язком.

До інформації належать усі види відомостей, повідомлень (усні, письмові, графічні тощо) і знань, потрібних для реалізації функцій менеджменту.

Будь-яка за змістом інформація існує у формі різних її матеріальних носіїв (у вигляді електричних імпульсів, усної мови, магнітного запису, показів лічильників, письмових документів, перфокарт і т. ін.) Для управління найбільше значення має інформація, зафіксована на постійних носіях, перш за все у вигляді різних паперових документів, магнітних стрічок, барабанів, перфокарт і перфострічок.

Інформацію передають організовано (формально) і стихійно (неформально). Так, періодичні звіти за визначеною формою становлять організований зворотний зв'язок, а стихійне поширення чуток – неформальні канали зв'язку між людьми.

Теорія інформації, основи якої були сформовані К. Шенноном, застосовується для визначення швидкості, з якою можна передавати інформацію по каналах зв'язку. На швидкість передачі інформації впливають джерело сигналу (дискретний або безперервний сигнал), характеристики каналу зв'язку (його пропускна здатність) і шуму.

Практика свідчить, що в сучасних умовах ефективність управління значною мірою залежить від інформаційного забезпечення, від повноти інформації.

Підвищення вимог до організації служби інформації в системі менеджменту викликане ви-

соким динамізмом сучасного виробництва, частковою зміною параметрів основних факторів виробництва і вимог до одержуваної продукції (послуг). Тільки систематизована інформація дає змогу менеджеру визначати ефективність організаційно-економічних, агротехнічних, соціальних та екологічних заходів і залежно від умов, що складаються, змінювати намічену програму. Чим краще інформований менеджер, тим оперативніші, вищі за своєю якістю його рішення.

Для того, щоб прийняти правильне рішення, необхідно мати певну кількість інформації. Проте обсяг інформації не може визначатися тільки кількістю документів, сторінок, показників. Можна збирати і обробляти величезні масиви відомостей, які або будуть не потрібні для прийняття рішень, або їх не можна буде засвоїти і використати. Інколи короткі документи можуть бути більш змістовними, ніж великі доповіді й довідки. Ідентифікація інформації як ресурсу, який забезпечує набуття конкурентних переваг компанії, є найпоширенішою думкою серед дослідників. У конкурентному аспекті однією з базових ознак інформації необхідно визначити її економічну цінність, яка має вирішальне значення у виробництві товарів і послуг [1, с. 203] та процесі управління соціально-економічними процесами [2, с. 85]. За умов формування інформаційної економіки та появою таких видів діяльності, як управлінське консультування, розробка інформаційних технологій, цілком слушною є позиція дослідників згідно з якою інформація розглядається як товар, здатний приносити дохід [3, с. 58]. Тому двоєдина природа інформації обумовлює такі її специфічні властивості як відсутність дії закону граничної продуктивності, можливість нескінченного тиражування без втрати якості та цінності для споживача.

Окрему групу науково-прикладних надбань у сфері дослідження інформації утворюють розробки відомих класиків менеджменту П. Друкера, М. Портера, Д. Ліндера, які відмічали визначальну роль інформації у посиленні стратегічних позицій підприємств та її значний вплив на поведінку економічних організацій.

Пошук ефективних принципів та механізмів інформаційного забезпечення управління компаніями досить плідно ведуть й вітчизняні науковці. Можна вважати, що прагнення фахівців знайти ефективні управлінські підходи до перетворення інформації в інтелектуальні активи компанії сприятиме становленню концепції управління знаннями (англ. knowledge management), популярність та дієвість якої підтверджується результатами досліджень, проведених лідером світового консалтингового ринку Bain&Company.

Управління розвитком підприємства має являти собою циклічний процес, що віддзеркалюється через виконання чотирьох основних функцій:

1) прогнозування (планування) – визначення цільових настанов, встановлення завдань функціонування (тактика) і розвитку (стратегія), визначення шляхів і засобів реалізації планів;

2) організація і координування – створення, узгодження факторів і процесів виконання планів;

3) стимулювання і активізація – створення мотивів і стимулів персоналу до узгоджених та ефективних дій;

4) моніторинг – систематичне спостереження за результатами діяльності, їх аналіз, корегування планів, шляхів і засобів їх реалізації.

Забезпечення реалізації цього процесу неможливе без відповідної інформаційної підтримки,

створення ефективної інформаційно-аналітичної системи, яка здатна своєчасно забезпечити менеджмент актуальними, достовірними даними. Поява та активний розвиток інформаційного менеджменту в компаніях став практикою сучасного бізнесу. Ураховуючи важливість інформаційної підтримки управлінських рішень, довгий час серед найголовніших завдань інформаційного менеджменту визначалося забезпечення чіткої регламентації якості та часу надходження інформації до менеджерів і фахівців в межах підприємства; забезпечення безпеки інформації, селекція та управління інформаційними потоками для посилення конкурентної переваги компанії. Проте, успішною бізнес-практикою доведено що для забезпечення розвитку компанії цей перелік завдань не є вичерпаним. Сьогодні компаніям не достатньо вміти збирати, обробляти, використовувати, зберігати бізнес-інформацію та підтримувати в актуальному стані бази даних. Необхідно мати певну політику відносно управління інформацією та інформаційного середовища, у якому перебуває компанія, для забезпечення результативного якісного покращення її діяльності. Тому основними завданнями інформаційної підтримки управління розвитком слід визнати: формування, обробку, використання, зберігання та підтримку в актуальному режимі інформації та знань; забезпечення менеджменту нормативно-правовою, довідково-аналітичною, методичною, прогнозою та поточною інформацією, а також комплексом програмних засобів, необхідних для їх аналізу при формуванні управлінських рішень.

Останнім часом з'явилися публікації, присвячені необхідності виокремлення в групи управлінських рішень підприємства з питань управління інформаційними ресурсами в інформаційну стратегію [3, с. 56], яка є «частиною бізнес-стратегії компанії і регламентує спосіб використання компанією інформації для створення вартості у динамічному бізнес-середовищі».

Розробка інформаційної стратегії передбачає необхідність чіткого окреслення інформаційного середовища (простору) підприємства, формування принципів поведінки підприємства у ньому та механізмів інформаційного забезпечення управління розвитком. Ураховуючи неусталеність поняття «інформаційний простір компанії», уявляється доцільним визначити його змістовне наповнення та роль у забезпеченні управління розвитком компанії.

Узагальнюючи підходи до визначення інформаційного простору, необхідно зазначити, що переважна більшість їх дається для об'єктів макrorівня (держави, ринки) або вживається виключно у контексті інформаційних технологій та програмних продуктів. Наголошуючи на необхідності задоволення інформаційних потреб суспільства та кожного його суб'єкта для підвищення ефективності соціально-економічних процесів, російські науковці [4, с. 245] наполягають на необхідності створення єдиного інформаційного простору, під яким пропонують розуміти «єдине інформаційно-технологічне середовище, яке містить у собі обчислювальні, інформаційні, телекомунікаційні засоби, продукти, послуги, фахівців, користувачів, документообіг, бази даних та ін.» [4, с. 243]. Підкреслюючи глобальність інформаційного простору, дослідники віднесли до нього як його об'єктів, так і суб'єктів. Проте для мезо- та макrorівнів змістовне наповнення інформаційного простору потребує відповідного уточнення на макrorівні. З

необхідністю визначення дефініції інформаційного простору, як предмета своєї діяльності, зіткнулись інжинирингові компанії, інтегратори інформаційних систем та технологій, які запропонували визначати інформаційний простір як «сукупність банків і баз даних, технологій їх супроводження та використання, телекомунікаційних систем, що функціонують на основі загальних принципів та забезпечують інформаційну взаємодію організацій, а також задовольняють їх інформаційні потреби» [3, с. 74]. Такий підхід до ідентифікації інформаційного простору відображає потребу у визначенні об'єктів управління та напрями інформаційного впливу.

**Висновки і пропозиції.** Таким чином, під інформаційним простором управління розвитком компанії слід розуміти сукупність інформаційних ресурсів, баз даних, знань та способів їх організації для забезпечення прийняття управлінських рішень щодо визначення напрямів розвитку, роз-

робки, впровадження та моніторинг відповідних проектів. До основних компонентів інформаційного простору управління розвитком компанії пропонуємо відносити:

1) інформаційні ресурси, що мають містити формалізовані дані, знання, які зафіксовані на відповідних носіях інформації;

2) програмно-технічні засоби та організаційно-нормативні документи, що забезпечують організаціям доступ до інформаційних ресурсів на основі відповідних інформаційних технологій;

3) інформаційну інфраструктуру, що забезпечує функціонування та розвинення інформаційного простору (збір, обробка, збереження, розповсюдження, пошук та передачу інформації). Організований у такий спосіб інформаційний простір прискорює виконання управлінських операцій, сприяє удосконаленню функцій управління, що забезпечує довгостроковий успішний розвиток компанії.

#### Список літератури:

1. Твердохліб М. Г. Інформаційне забезпечення менеджменту: Навч. посібник. – Вид. 2-ге, доп. та перероб. – К. : КНЕУ, 2002. – 224 с.
2. Калінеску Т.В. Методологія аналізу і оцінки ефективності переміщення сфери діяльності підприємств : Монографія. – Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2003. – 280 с.
3. Гужва В. М. Інформаційні системи і технології на підприємствах: Навч. посібник. – К. : КНЕУ, 2001. – 400 с.
4. Корнев Ю. Інформаційне забезпечення розвитку підприємницької діяльності // Вісник НАН України. – 2008. – № 5. – С. 240-311.

**Лановская Г. И.**

Национальный университет пищевых технологий

### ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ КОМПАНИИ

#### Резюме

В статье приведены результаты системных исследований информационного обеспечения управления развитием компании, в пределах чего определены принципы управления развитием компании, обоснована необходимость и принципы информационной поддержки управленческих решений, рассмотрены подходы к содержательному наполнению информационного пространства.

**Ключевые слова:** управление развитием, информационное пространство, информационное обеспечение управления развития компании.

**Lanovska G. I.**

National University of Food Technologies

### INFORMATION FOR MANAGEMENT DEVELOPMENT COMPANY

#### Summary

The results of sysdark research information management software development company within the following: that its principles of management development, the necessity and principles of information support management decisions, discussed approaches to the content of the information space.

**Key words:** management development, information space, information management software development company.