

конкурентоспособность: учебник [Текст] / Р. А. Фатхутдинов. – М.: Экономика, 2005. – 504 с.

Аннотация. В статье рассмотрен вопрос повышения стратегической направленности управления международной конкурентоспособностью предприятия с учетом специфических условий их внешнеэкономической деятельности.

Ключевые слова: стратегия, стратегическое развитие международная конкурентоспособность, конкурентные преимущества, внешний рынок.

Summary. In the article the question of increase of strategic orientation of management of enterprise an international competitiveness is considered taking into account specific terms them foreign economic activity.

Keywords: strategy, strategic development, international competitiveness, competitive edges, foreign market.

*Рецензент к.е.н., доцент УкрДАЗТ Полякова О.М.
Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Якименко Н.В.*

УДК 65.012.45

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ

Чала О.В., к.е.н., доцент (УкрДАЗТ)

В статті розглядається сутність поняття «інформаційний простір». Запропоновано визначення інформаційного простору як структурованої сукупності інформаційних об'єктів та способів їх організації. Охарактеризовано п'ять рівнів структурованості інформаційного простору підприємства та його об'єктів і підсистем. Наведено критерії значущості інформації в інформаційному просторі підприємства.

Ключові слова: інформація, інформаційний простір, структуризація інформаційного простору.

Актуальність проблеми. В останні роки у світі проходить перехід від “індустріального суспільства” до “суспільства інформаційного”. Такий перехід пов'язаний кардинальною зміною способів виробництва, тобто розвиток інформаційного простору суспільства вирішальним чином впливає на економіку.

Цілями інформатизації як у світі, так і в Україні є задоволення інформаційних потреб суспільства, підвищення ефективності суспільного виробництва. Інформаційний простір є основою соціально-економічного, політичного і культурного розвитку нашої країни. Інформаційний простір повинен забезпечити побудову інформаційного суспільства в країні і входження її у світовий інформаційний простір.

Проведення підприємствами успішної

діяльності в сучасних ринкових умовах потребує прийняття ефективних управлінських рішень, зокрема з цінової політики, організації процесів виробництва та надання послуг. Таким рішенням завжди властива невизначеність внаслідок наявності неповної інформації про поточний і майбутній стан ринку та існуючих на підприємстві матеріальних, фінансових, інформаційних процесів. Вказана невизначеність може бути двох видів: суб'єктивна та об'єктивна [1]. Перша залежить від неповноти знання про майбутнє, а друга – від невизначеності майбутніх подій (наявності альтернативних варіантів подій) на підприємстві. Альтернативою невизначеності є інформація. Релевантна інформація дозволяє зменшити існуючу невизначеність. Носіями релевантної інформації є підприємства,

співробітники цих підприємств, зовнішні та внутрішні повідомлення і документи. Тобто, діяльність підприємства, його об'єктів та підсистем відображується в інформаційному просторі цього підприємства.

Таким чином, вирішення вказаних проблем потребує ефективного управління інформацією та інформаційним простором підприємства. Тому важливого значення набувають сучасні теоретичні підходи до визначення економічної сутності інформації та інформаційного простору як об'єкта реінжинірингу та управління.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Низка праць у всесвітній та вітчизняній літературі присвячена економічному поняттю «інформаційний простір». Показано, що інформаційний простір є прямим відображенням матеріальних процесів розвитку і функціонування економічних систем [2-4]. Існуючі підходи до визначення суті поняття «інформаційний простір» та його властивостей доцільно розділити на два напрямки. Відповідно до першого напрямку, інформаційний простір є сукупністю різних за своєю природою компонентів. До таких компонентів звичайно відносять: інформаційне середовище; інформаційні ресурси, організаційну структуру підприємства, людей та ін.

Відповідно до другого напрямку, інформаційний простір є комплексом компонентів єдиної природи незалежно від способів або засобів відображення цих компонентів, тобто інформаційний простір об'єднує всі інформаційні компоненти деякого об'єкту (множини об'єктів).

В той же час недостатньо розробленими є науково-практичні аспекти структуризації інформаційного простору та ранжирування значущості інформації у інформаційному просторі з метою підвищення ефективності відповідних управлінських рішень.

Вищезазначене визначає актуальність даної проблематики та дозволяє сформулювати **мету статті**, яка полягає в визначенні сутності інформаційного простору, його властивостей та критеріїв значущості інформації в інформаційному просторі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підприємство, корпорація, будь-який господарський комплекс є системою, яку можна представити, по-перше єдиним цілим, а по-друге як сукупність пов'язаних між собою і взаємодіючих складових частин - об'єктів, але меншого масштабу. Інформаційне відображення фізичних об'єктів або процесів називають інформаційним об'єктом [5]. Структура зв'язків таких інформаційних об'єктів відображає зв'язки між процесами на підприємстві. Вказані інформаційні об'єкти та зв'язки між ними і об'єднуються у інформаційний простір підприємства.

Відповідно до викладеного вище, пропонується наступне узагальнююче визначення інформаційного простору як об'єкта управління у відповідності до сучасних умов розвитку виробничо-економічних відносин:

Інформаційний простір – це структурована сукупність інформаційних об'єктів, що відображують властивості об'єктів, підсистем та процесів підприємства, а також способи їх організації, та є необхідними для прийняття управлінських рішень, аналізу, контролю і регулювання фінансово-господарської діяльності підприємства.

Важливою характеристикою інформаційного простору підприємства є його структурованість. Структурованість простору означає наступне:

- виділені, визначені та позначені елементи інформаційного простору;
- встановлені зв'язки між елементами простору;
- впорядковані елементи та зв'язки.

На основі викладеного в [2] підходу охарактеризуємо п'ять рівнів структурованості інформаційного простору підприємства та його об'єктів і підсистем:

- неструктурований;
- слабо структурований;
- структурований;
- формалізований та структурований;
- структурований та автоматизований.

Неструктурований інформаційний простір характеризується відсутністю визначених структурних зв'язків між інформаційними об'єктами та звичайно пов'язаний з вербальним (бездокументним) описом діяльності підприємства та його підсистем.

Слабо структурований інформаційний простір містить у собі множину неформалізованих документів. Тобто ознаками структуризації є лише граматичні правила відповідної мови. Однак загальновідомо, що граматичні правила часто неоднозначні та мають виключення.

Структурований інформаційний простір відрізняється значною кількістю документів затвердженої форми.

Формалізований та структурований інформаційний простір передбачає не лише використання формалізованих документів затвердженої форми, а й формалізованих процесів обробки інформаційних об'єктів.

Структурований та автоматизований інформаційний простір є характерним для підприємств, на яких функціонують автоматизовані системи підтримки прийняття управлінських рішень. Використання таких систем передбачає формалізацію всіх інформаційних об'єктів і їх взаємозв'язків, а також автоматизацію процесів перетворення інформації.

Рівень структурованості інформаційного простору значною мірою впливає на прийняття управлінських рішень. Високий рівень забезпечує можливість представлення інформації у вигляді документів та автоматизованої обробки такої інформації. Це дає можливість удосконалити управління, прискорити управлінські операції та, відповідно, забезпечити конкурентоспроможність підприємства, його стійкий розвиток.

Відзначимо, що структура інформаційного простору адаптується до потреб підприємства з урахуванням специфіки його роботи. Така адаптація базується на критеріях значущості інформації.

Сформулюємо критерії значущості інформації в інформаційному просторі підприємства:

1. Ступінь затребуваності інформації, яка пов'язана з виконанням наступних умов: доступність інформації для користувача; доступність способів та правил використання інформації для користувача; наявність довіри користувача до інформації та методів її обробки.

2. Вплив інформації, що розглядається, на інші об'єкти інформаційного простору.

3. Ступінь структурованості інформації. Даний критерій передбачає наявність правил отримання інформації з заданими властивостями.

4. Зрозумілість інформації. Даний критерій значною мірою впливає на ступінь затребуваності інформації і пов'язаний з її логічністю, внутрішньою структурою, об'ємом, ясністю її елементів та зв'язків між ними.

5. Ступінь поширеності інформації. Даний критерій значною мірою залежить від стану інформаційного простору підприємства, зокрема

його рівня структурованості, а також рівня розвитку виробничо-економічних відносин.

6. Ступінь відповідності очікуванням користувача. Виконання даного критерію значною мірою впливає на якість управлінських рішень, зокрема дає можливість оцінити діяльність підприємств як з позицій власників, так і суспільства.

Висновки. Таким чином, розглянуто сутність та властивості інформаційного простору підприємства як об'єкта управління. Запропоновано визначення інформаційного простору як структурованої сукупності інформаційних об'єктів та способів їх організації. Показано, що рівень структурованості інформаційного простору значною мірою впливає на прийняття ефективних управлінських рішень

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Эрроу К. Информация и экономическое поведение [Текст]// Вопросы экономики. 1995. № 5. С. 101.
2. Королев М.А., Мишенин А.И., Хотяшов Э.Н. Теория экономических информационных систем. -М. : Финансы и статистика, 1984. - 223 с.
3. Машлыкин В.Г. Европейское информационное пространство.- М.: Наука, 2002.-95 с.
4. Бурков В.Н., Кондратьев В.Н. Механизмы функционирования организационных систем. - М.: Наука, Главная редакция физ.-мат. литературы, 1981.-384 с.
5. Ясин Е.Г. Экономическая информация. Что это такое?. - М.: Статистика, 1976.-80 с.

Аннотация. В статье рассматривается сущность понятия "информационное пространство". Предложено определение информационного пространства как структурированной совокупности информационных объектов и способов их организации. Охарактеризовано пять уровней структурированности информационного пространства предприятия и его объектов и подсистем. Приведены критерии значимости информации в информационном пространстве предприятия.

Ключевые слова: информация, информационное пространство, структуризация информационного пространства

Summary. Essence of concept "informative space" is examined in the article. Determination of informative space is offered as the structured aggregate of information holding objects and methods of their organization. Five levels of structured of informative space of enterprise and his objects and subsystems are described. Criteria over of meaningfulness of information are brought in informative space of enterprise.

Keywords: information, information space, information space

*Рецензент к.е.н., доцент УкрДАЗТ Ревуцька Л.Є.
Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Полякова О.М.*