

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Визначена сутність та роль інформації в системі управління підприємством в умовах невизначеності, її функції. Доведена необхідність впровадження інформаційного аудиту

Постановка проблеми. Інформація – це головний елемент будь-якої із функцій управління. Володіння повною, достовірною, актуальною та оперативною інформацією надає ринкових переваг, знижує фінансовий ризик, ефективно підтримує прийняття рішень. При наявності повної інформації (детермінований випадок) управлінські рішення, виходячи з того, що знання про зміст проблеми (мету, постановку, інструменти, зміни, дані, терміни) будуть правильними та з найменшим ступенем ризику.

Незважаючи на те, що у практиці управління ситуації невизначеного ризику та недостовірної інформації зустрічаються частіше, ніж ситуація визначеності, саме тому існує проблема її правильного підбору, відбору та фільтрації.

Метою дослідження. Визначення сутності та ролі інформації в системі управління підприємством в умовах невизначеності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Термін "інформація" (лат.) означає "пояснення", "викладення", "повідомлення". Він набув вжитку ще наприкінці XIX ст., але спочатку використовувався лише щодо засобів зв'язку. З розвитком науки і техніки інформацію почали розглядати залежно від конкретного змісту з використанням її різновидів, які стосуються різних галузей людської діяльності. Сучасна наука трактує управління як вплив на об'єкт (вибраний на основі існуючої інформації із множини можливих впливів), який покращує функціонування або розвиток такого об'єкта [1, с. 7]. Нині під інформацією розуміють сукупність корисних відомостей, які є об'єктом збирання, реєстрації, зберігання, передавання й перетворення. Інформація є одним із ресурсів, який може накопичуватися, реалізуватися, поновлюватися, є придатним для колективного використання та (на відміну від інших ресурсів) у процесі споживання не втрачає своїх якостей [2].

Інформацію розглядають у неподільній єдності з комп'ютерними системами, які забезпечують її збирання, реєстрацію, зберігання, передавання й перетворення. За допомогою комп'ютерів усю інформацію можна швидко одержати, "відсортувати" у заздалегідь визначеному порядку, що позбавляє необхідності переглядати стоси паперів у пошуках потрібних відомостей. Комп'ютери не створюють інформацію із нічого, але вони здатні надзвичайно швидко сприймати, сортувати, аналізувати та інтерпретувати її за допомогою програмних засобів, розроблених людиною.

На підприємствах існують відділи, що систематично готують інформацію. До них належать, в першу чергу, дослідницький відділ, відділ розвитку, а також конструкторський відділ, відділи документації, дослідження ринку та відділ обліку. Інформація, що надається цими відділами, використовується як "відтворений товар", а також для складання планів. До підготовки інформації варто також віднести розподіл інформації, її збір і збереження, а також використання [3, с. 159-160].

Викладення основного матеріалу дослідження. За стадіями управління розрізняють прогнозу, планову, облікову, нормативну інформацію, інформацію для аналізу господарської діяльності та оперативного управління.

Прогнозна інформація пов'язана з функцією прогнозування, планова – з плануванням (стратегічним, поточним); облікова – з управлінським, фінансовим обліком; інформація для аналізу господарської діяльності – з функцією економічного аналізу; для оперативного управління й регулювання – з відповідними функціями.

Нормативна інформація виникає і використовується на стадіях технічної підготовки виробництва, а також в інших випадках, наприклад, для формування цін, тарифікації. Вона містить норми й нормативи, ціни, розцінки, тарифи, а також деякі інші дані, наприклад, заздалегідь обумовлені табличні величини (ставки прибуткового податку з громадян, розмір амортизаційних відрахувань тощо).

Нормативну інформацію можна умовно поділити на нормативно-правову та нормативно-довідкову. До нормативно-правової належать розпорядження органів законодавчої та виконавчої влади (закони, постанови, акти), які регулюють економічну діяльність підприємства.

Нормативно-довідкова інформація – це норми та нормативи, які визначаються керівництвом підприємства (наприклад, норми витрат матеріалів). До довідкової належить інформація, однакова для всіх функціональних різновидів: назва підприємства, міністерства, відомства, штатний розклад, список постачальників та покупців тощо.

Все це достатньо відомі речі, але як же відібрати інформацію, як визначити її корисність. Ця, на перший погляд, невеличка проблема вимагає значних зусиль управління.

Перед тим як розпочати пошук інформації, підприємство повинно визначити коло запитів по кожному з елементів внутрішнього і зовнішнього середовища.

Як правило, найбільша частина інформації надходить із внутрішніх джерел, використовуються дані оперативного та бухгалтерського обліку, планування тощо. Збирання інформації відбувається постійно (у строки бухгалтерської та статистичної звітності), або епізодично (у разі потреби). Збирання епізодичної інформації потребує розробки спеціальних процедур проведення обстежень, одержання індивідуальних та групових оцінок.

До джерел внутрішніх інформаційних даних належать: бухгалтерський облік і звітність; статистичний облік і звітність; оперативний облік і звітність. Дані бухгалтерського обліку дають об'єктивну кількісну характеристику різноманітних господарських операцій, узагальнену характеристику всієї сукупності засобів виробництва за складом і розміщенням, за джерелами утворення і цільовим призначенням. Для цього використовуються методи наскрізного і безперервного спостереження, суворе документування, систематизація на рахунках, групування в балансі та інших звітних таблицях.

Обліково-аналітична інформація є основою для прийняття рішень з організації, планування й регулювання господарської діяльності підприємства. Особливості облікової інформації залежать від видів обліку (оперативного, бухгалтерського, статистичного); форм бухгалтерського обліку (таблично-автоматизованої, діалогової, без паперової); від джерел та методів формування змінної та умовно-постійної інформації та алгоритму їх машинної обробки.

Облікові дані відображають фактичний стан виробничо-господарської діяльності підприємства і є інформаційною моделлю виробництва. Крім відображення дійсного стану об'єкта, на облікову інформацію покладається й ретроспективна функція, що потребує тривалого зберігання цієї інформації (у вигляді форм бухгалтерської звітності). Кінцеві дані є результатом розв'язання облікових завдань із знаходженням зведено-підсумкових величин за встановленими групувальними ознаками, для чого реалізуються арифметичні та логічні операції, операції сортування інформації. Якість облікової інформації залежить від використаної методології її сприйняття, систематизації та узагальнення, а також від специфічних особливостей облікових завдань: розв'язання (завжди розрахунковим або логічним способами); алгоритмічності; документальності вхідних та вихідних даних; використання тих самих даних для формування різних показників; інформаційного зв'язку облікових завдань; необхідності накопичення даних; регламентації термінів розв'язування задач.

Крім даних бухгалтерського обліку, для оцінки виконання планів (щомісячних, кварталних, річних) використовуються й статистичні дані, завдяки яким виявляються певні економічні закономірності.

Вибіркові облікові дані необхідні для деталізації показників звітності. Використовуються епізодичні вибірки, спостереження, поглиблені перевірки. Джерелом вибірових даних є поточний бухгалтерський облік і первинна документація.

До позаоблікових даних належать, наприклад, матеріали зборів трудових колективів, бесід з працівниками підприємства. При цьому значну кількість інформації можна одержати з питань організації праці й виробництва, фінансового стану. На практиці керівники різних рівнів виконують власний оперативний аналіз, ведуть реєстрацію найважливіших процесів і операцій, приблизні розрахунки, планують відповідні заходи. У такий спосіб кожна особа, яка відповідає за прийняття рішень, одночасно стає і користувачем (інформантом), і джерелом інформації (інформатором).

Зовнішню інформацію для потреб управління є інформація про постачальників, конкурентне середовище, покупців тощо. Джерелами такої інформації можуть бути: законодавча база, офіційна бухгалтерська та статистична звітність, публікації, інші підприємства, інформаційна індустрія та самостійні маркетингові дослідження.

Джерела інформації можуть мати різномірний характер. Багато підприємств для використання рідкої та достовірної інформації прагнуть знайти деякі особливі джерела, в т.ч. і нелегальні. Однак треба мати на увазі, що близько 90 % потрібної, існуючої інформації можна використати із легальних джерел [3].

Збиранням потрібної інформації завжди займається служба планування. В той же час цей процес координується і контролюється вищим менеджментом. Вищий менеджмент, окрім того, самостійно займається збором інформації, бо має доступ до різних інформаційних каналів.

Донедавна більшість вітчизняних підприємств процес удосконалення управління виробництвом здійснювали незалежно від автоматизованих систем. Автоматизувалися функції тільки окремих структурних підрозділів. Тепер основна увага приділяється створенню наскрізних комп'ютерних систем, які забезпечують комплексність та інтегрованість функцій управління, орієнтовані на оперативне формування варіантів рішень для керівництва.

Функціональний підхід до побудови інформаційних систем часто призводить до того, що необхідна інформація в комп'ютерних системах була, але проаналізувати її керівництво підприємства не могло, оскільки основні користувачі такої інформації – спеціалісти підприємства та керівники середньої ланки. До вищого рівня керівництва надходила інформація у вигляді громіздких зведень, складних таблиць, непридатних для оперативного аналізу та прийняття рішень. Бухгалтерська інформація лише констатувала факти щодо роботи підприємства за минулий період (із запізненням майже на місяць) і не давала детальних оперативних даних, необхідних для цілей поточного й стратегічного управління.

Голошубов О. зазначає, що: "негативний вплив низької якості інформації на господарське рішення проявляється через два діючі фактори. Перший з них пов'язаний з ухваленням рішення в умовах перекрученого подання інформації про стан об'єкта, що приводить до помилок. Другий фактор полягає з одного боку, в тому, що розробка методів ухвалення рішення або їхнє застосування в умовах інформаційної незабезпеченості не має змісту, а з іншого боку – у нерациональності розвитку інформаційної інфраструктури при відсутності методів підготовки рішень на її основі" [4, с. 66].

На сьогодні головну увагу треба спрямувати на розвиток інформаційних систем на підприємстві із створенням корпоративних інформаційних мереж (Intranet), які об'єднують усі наявні комп'ютери підприємства, різноманітне програмне забезпечення і бази даних в єдину систему. Ця система дасть можливість швидше знайти необхідну інформацію, де б вона на даний момент не зберігалася. В основу її функціонування покладено Web-технологію. Intranet – це своєрідна індивідуальна система Internet, яка використовує інфраструктуру і стандарти Internet World Wide Web, але є захищеною від несанкціонованого доступу із відкритої мережі Internet.

Нові технології потребують нових організаційних структур. Потрібна гармонізація комп'ютерних технологій та технологій організації бізнесу. Корпоративні інформаційні системи (KIC) для великого підприємства є могутнім сучасним інструментом, який дає змогу розв'язувати такі складні завдання, як управління собівартістю продукції, створення інтегрованої системи наскрізного моделювання – планування виробництва, інформаційне забезпечення всіх рівнів управління.

Функціонування KIC дає змогу аналітичним працівникам оперативно та в повному обсязі використовувати інформацію про хід виробничого процесу, про матеріальні, фінансові, енергетичні потоки й витрати, про запаси сировини й матеріалів; користуватися в режимі реального часу всією накопиченою інформацією в єдиному інформаційному просторі підприємства.

У рекламних цілях великі підприємства розробляють відповідні Web – сторінки; через Internet досліджують конкурентів та аналізують ринок збуту. Internet формує новий рівень корпоративного мислення завдяки системному аналізу інформації про недоліки й переваги споживачів і конкурентів, більш реальної оцінки попиту на вироблену продукцію.

Розробки зарубіжних спеціалізованих фірм відповідають сучасним вимогам, але їх вартість для великих підприємств часто становить десятки мільйонів доларів. Крім того, вони потребують тривалого часу впровадження (від 3 до 5 років) та жорсткої перебудови планів під вимоги системи. Власні розробки корпоративних інформаційних систем є значно дешевшими, але передбачають обов'язкову наявність висококваліфікованих фахівців.

Збільшення потоків зовнішньої та внутрішньої інформації часто призводить до надлишковості цієї інформації, а відтак – до необхідності належного її відбору (фільтрації). Останнім часом у країнах Західної Європи, у США, Канаді, Австралії та інших країнах все більшою популярністю набуває так званий інформаційний аудит, який передбачає систематичне вивчення використання інформації, ресурсів і потоків, що проводиться як щодо користувачів, так і щодо існуючих документів, для моніторингу рівня їх залучення, для виконання завдань організації. Доцільність такого напрямку аудиту пояснюється необхідністю перевірки даних, які надходять до інформаційної системи на точність за допомогою спеціальних програм, тому, що завжди існує небезпека підробки електронних звітів або даних. Особливістю інформаційного аудиту саме є перевірка не тільки звичайних документів, а й комп'ютерних систем, програм та файлів. Пошук аудиторських доказів теж здійснюється електронним способом, що ставить високі вимоги до кваліфікації аудитора, його знань комп'ютерної техніки і програмних засобів.

Інформаційний аудит відповідає на запитання: яка інформація є на підприємстві і де саме; хто нею користується; якою є міра її корисності; як підтримувати її та доповнювати новою; скільки на це потрібно часу та грошей [1].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Для створення інформаційної бази, підприємство повинно визначити потребу в обсягах та якості інформації, а потім проводити моніторинг внутрішнього та зовнішнього середовища для її отримання та подальшої систематизації.

Для формування необхідної кількості інформаційних ресурсів для потреб управління, з метою виключення "зайвого масиву інформації", варто, на нашу думку її систематизувати за трьома рівнями управління: корпоративний рівень (вищий менеджмент) – інформація для стратегічного управління; функціональний рівень (середня ланка менеджменту) – інформація для поточного управління та нижчий рівень управління – інформація для потреб оперативного управління.

Список використаної літератури:

1. *Хачатуров А.Е.* Современный интеграционный менеджмент / А.Е. Хачатуров, А.Н. Белковский. – М.: Дело и Сервис, 2006. – С. 272.
2. *Економічний аналіз: [навч. посібник] / М.А. Болух, В.З. Бурчевський, М.І. Горбатов; За ред. акад. НАНУ, проф. М.Г. Чумаченка. – К.: КНЕУ, 2001. – С. 540.*
3. *Тарасюк Г.М.* Планова діяльність як системний процес управління підприємством: монографія / Г.М.Тарасюк. – Житомир : ЖДТУ, 2006. – С. 469.
4. *Голошубов О.* Информационное обеспечение принятия маркетинговых решений / О.Голошубов // Бизнес – информ. – 1997. – № 23. – С. 65-67.

ЗАЄЦЬ І.В. – здобувач кафедри економіки Житомирського державного технологічного університету

Наукові інтереси:

– проблеми теорії та практики управління діяльності суб'єктів господарювання