

ГЕНЕЗИС ТЕОРІЇ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Проаналізовано теоретичні підходи щодо визначення сутності категорії “інформаційний потенціал підприємства”, розглянуто основні елементи його структури, визначені фактори що формують необхідність забезпечення розвитку.

Ключові слова: інформаційний потенціал підприємства, економічний потенціал, підприємство, структура, ресурси, можливості, розвиток.

A. V. BYTYI

Khmelnitsky National University

GENESIS THEORY FORMATION POTENTIAL OF INFORMATION ENTERPRISE

Abstract – Theoretical approaches to defining the essence of the category “information potential of the company” the basic elements of its structure determined by factors that form the need to ensure development. Determined that the resource potential of information characterizing the state of information equipment (information resources) of the enterprise, its qualitative and quantitative status. The second part describes the ability to implement development opportunities arising from the existing equipment information (information resources). Their combination provides for an komplensne prospects.

Key words: information potential of enterprise, economic potential, enterprise structure, resources, opportunities, development.

В умовах сучасної ринкової економіки ефективна діяльність підприємства неможлива без використання актуальної, достовірної та достатньої інформації для обґрунтування управлінських рішень. Інформація є найважливішим економічним ресурсом сучасного суспільства та окремих підприємств. Якісна інформація робить дії фахівців різних областей економіки цілеспрямованими та ефективними. Крім того, зростає роль сучасних інформаційних технологій, які забезпечують доступ до баз інформаційних ресурсів, накопичених як усередині будь-якої виробничої системи, так і в зовнішньому інформаційному просторі. Особливого значення набуває здатність формувати та ефективно використовувати інформаційний потенціал окремих господарюючих суб'єктів. Інформаційні ресурси та інформаційний потенціал підприємства об'єктивно стають порівнянними за своєю значимістю із матеріальними, фінансовими, трудовими, енергетичними ресурсами [1, с. 87]. Одночасно на практиці спостерігається відрив накопичення знань та інформації від завдань комплексного економічного і соціального розвитку промислових підприємств. Підприємства змушені самостійно отримувати інформацію із зовнішнього інформаційного простору.

Відсутність на цьому етапі розвитку економіки системності у вирішенні поставлених проблем викликає необхідність розробки цілого ряду теоретико-методичних і практичних питань щодо оцінки та підвищення ефективності інформаційної діяльності машинобудівного підприємства, формування інформаційного потенціалу. Актуальність зазначених проблем, їх недостатня розробленість для сучасних умов виробництва, велика практична значимість і визначили вибір теми дослідження.

Існують різні думки щодо визначення змісту та складу інформаційного потенціалу підприємства. Узагальнюючи, слід зазначити, що до інформаційного потенціалу підприємства слід включати інформаційні, інтелектуальні та інші нематеріальні активи, які вміщують:

- знання та досвід працівників (робітників, інженерно-технічних працівників (ІТП), керівників);
- технічна документація (конструкторська, технологічна, ремонтно-експлуатаційна та ін.);
- економічна інформація (маркетингова, відомості про економічних контрагентів підприємства, техніко-економічні характеристики обладнання, технологій тощо);
- права власності на продукцію інтелектуальної праці (ноу-хау, патенти, зареєстровані торговельні марки, “розкручені” бренди, промислові зразки тощо);
- програмне, інформаційне та ін. забезпечення комп'ютерних інформаційних систем (ІС);
- наукоємні вироби та послуги, технології їх виробництва;
- засвідчена сертифікатами відповідність підприємства і його продукції міжнародним стандартам, наприклад, ІСО 9000, ІСО 14000;
- засоби комунікації та зв'язку, інформаційні системи та технології управління (переважно комп'ютерні);
- корпоративна культура і соціально-психологічний клімат на підприємстві та у його підрозділах;
- налагоджені зв'язки з економічними контрагентами (споживачами, постачальниками, посередниками і т.д.), представниками контактних аудиторій (засобами масової інформації, кредитно-фінансовими установами, політичними рухами, органами влади тощо), налагоджена і перевірена часом збутова мережа;
- імідж та ділова репутація.

Не претендуючи на вичерпність, автором запропонована така структура інформаційного потенціалу підприємства (табл. 1). Як бачимо з наведеного переліку складових, інформаційний потенціал підприємства не є тотожним інтелектуальному. Згідно з запропонованою класифікацією останній є складовою частиною інформаційного потенціалу. Його також не слід ототожнювати і лише з нематеріальними активами під-

приємства, оскільки, як бачимо з таблиці 1, інформаційний потенціал містить як нематеріальну, так і матеріальну частину [3–5].

Таблиця 1

Структура інформаційного потенціалу підприємства	
Складова	Елемент складової
Знання та досвід	– знання та досвід персоналу
	– корпоративна культура
	– соціально-психологічний клімат
Документація та права	– технічна, технологічна і т.п. документація
	– права власності на патенти, торгові марки, промислові зразки, ноу-хау, товарні знаки
	– сертифікати відповідності стандартам якості, вимогам екологічної безпеки тощо
Наукоємна продукція	– вироби
	– послуги
	– технології
Інформаційні системи та технології	– засоби комунікації та зв'язку
	– інформаційні системи і технології
	– інформаційне, програмне, технічне та ін. забезпечення інформаційних систем
Інформація та зв'язки	– економічна інформація
	– зв'язки з економічними контрагентами, контактними аудиторіями і т.п.
	– імідж, репутація

Оцінка інформаційного потенціалу підприємства необхідна для регулювання податку на прибуток та обсягу амортизаційних відрахувань, збільшення ринкової вартості підприємства тощо. Однак більшою мірою це потрібно для визначення перспектив розвитку і оптимізації вибору конкретних його напрямів. З цих позицій інформаційний потенціал (його складові) слід розглядати з точки зору інформаційних ресурсів і здатностей до їх реалізації. Цьому більшою мірою відповідає така структура інформаційного потенціалу (табл. 2) [2, 5].

Таблиця 2

Ресурсна і здатнісна частини інформаційного потенціалу підприємства	
Інформаційні ресурси	Здатності до їх реалізації
Знання та досвід персоналу.	Наукомісткі вироби, послуги, технології.
Технічна, технологічна і т.п. документація.	Зв'язки з економічними контрагентами, контактними аудиторіями і т.п.
Права власності на патенти, торгові марки, промислові зразки, ноу-хау, товарні знаки.	Імідж підприємства у споживачів і ділових партнерів, ділова репутація.
Сертифікати відповідності стандартам якості, вимогам екологічної безпеки тощо.	Соціально-психологічний клімат.
Засоби комунікації та зв'язку.	Корпоративна культура
Інформаційні системи і технології.	
Інформаційне, програмне, технічне та ін. забезпечення інформаційних систем.	
Економічна інформація	

Ресурсна частина характеризує стан інформаційного оснащення (інформаційних ресурсів) розвитку підприємства, його якісний і кількісний стан. Друга частина характеризує здатність до реалізації можливостей розвитку, які випливають з наявного інформаційного оснащення (інформаційних ресурсів). Розглянемо детальніше показники, за якими необхідно виконувати оцінку інформаційних ресурсів (інформаційного оснащення) підприємства.

Знання та досвід персоналу можна оцінити кількісними показниками рівня освіти, рівня кваліфікації, виробничого стажу (загального та відповідно до профілю діяльності підприємства) тощо. Окрім того, для оцінки доцільно застосовувати і якісні показники, наприклад, наявність досвіду роботи у закордонній фірмі, досвіду виготовлення продукції на експорт, проходження персоналом курсів підвищення кваліфікації і т.п. Якісна конструкторська, технологічна, експлуатаційна, ремонтна та ін. документація, якою володіє підприємство, свідчить про високий рівень інформаційного потенціалу, особливо якщо вона стосується сучасної конкурентоспроможної продукції, яка користується попитом на ринку. Для оцінки можуть бути застосовані як кількісні показники (визначаються здебільшого непрямым методом, наприклад, рівень прогресивності конструкцій і технологій, рівень ремонтпридатності конструкцій, технологічність виготовлення і економічність їх експлуатації тощо), так і якісні (такі, що визначають рівень якості документації переважно шляхом експертної оцінки).

Права власності на патенти, “розкручені” торгові марки, промислові зразки, ноу-хау, товарні знаки та ін. свідчить не тільки про високий рівень інформаційного потенціалу, а й про рівень його правової захищеності. Для оцінки доцільно застосовувати вартісну оцінку: витратний метод, метод доходів (звільнення від роялті), метод аналогій, визначення ринкової вартості. Наявність сертифікатів відповідності стандартам якості, вимогам екологічної безпеки підвищує імідж підприємства і його продукції, збільшує їх конкурентоспроможність, а у ряді випадків сертифікація є єдиною можливим засобом забезпечення просування продукції на ринок. Оцінка може виконуватися за якісними і кількісними показниками. До останніх можна віднести, наприклад, частку сертифікованої продукції та технологій, виробництв тощо. Рівень оснащення сучасними засобами комунікації та зв'язку можна оцінити шляхом порівняння з кращими підприємствами і установами, які працюють на ринку чи у галузі.

Рівень використання інформаційних систем і технологій доцільно оцінювати відомими показниками рівня автоматизації і механізації робіт (виробничих, управлінських, допоміжних) на усіх стадіях управління процесами виробництва продукції та її просування на ринку. Його можна визначити шляхом порівняння з лідерами на ринку чи у галузі. Побічно його можна визначити за допомогою показників продуктивності праці, інформатизації процесів виробництва, збуту і управління тощо. Рівень інформаційного, програмного, технічного та ін. забезпечення інформаційних систем можна визначити за допомогою коефіцієнтів їх прогресивності, оновлюваності тощо. Окрім того, доцільним є порівняння техніко-економічних параметрів програм, комп'ютерної техніки, інформаційних баз даних і знань з кращими зразками чи з тими, що застосовують (використовують) лідери на ринку.

Узагальнюючи, слід зазначити, що нами у статті було: визначено сутність і зміст інформаційного потенціалу підприємства як економічної категорії; визначено його складові і запропонована їх авторська класифікація; запропоновано критерії та систему показників, за якими слід вести оцінку окремих складових інформаційного потенціалу підприємства, а також методичний підхід до їх комплексної оцінки; показано місце інформаційного потенціалу у структурі економічного потенціалу підприємства та забезпеченні перспектив розвитку. Подальші наші дослідження повинні бути спрямовані на розроблення організаційно-економічного механізму управління інформаційним потенціалом підприємства.

Література

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф ; сокр. пер. с англ. науч. ред. и авт. предисл. Л. И. Евенко. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
2. Афанасьев Н. В. Управление развитием предприятия : монография / Н. В. Афанасьев, В. Д. Рогожин, В. И. Рудыка. – Х. : ИНЖЭК, 2003. – 179 с.
3. Балацкий О. Ф. Экономический потенциал административных и производственных систем : монография. – Сумы : Университетская книга, 2006. – 972 с.
4. Бачевський Б. Є. Потенціал і розвиток підприємства / Б. Є. Бачевський, І. В. Заблodsька, О. О. Решетняк : навч. посібник / Б. Є. Бачевський. – К. : ЦУЛ, 2009. – 400 с.
5. Должанський І. З. Управління потенціалом підприємства : навч. посібник / І. З. Должанський, Т. О. Загорна, О. О. Удалих, І. М. Герасименко, В. М. Ращупкіна. – К. : Центр навч. л-ри, 2006. – 362 с.

References

1. Ansoff Y. Strategy`cheskoe upravleny`e: sokr. per. s angl. / Y. Ansoff. nauch. red. y` avt. predy`sl. L. Y. Evenko. – M. : Ekonomy`ka, 1989. – 519 s.
2. Afanas`ev N. V. Upravleny`e razvy`ty`em predpry`yaty`ya : monogr. / N. V. Afanas`ev, V. D. Rogozhy`n, V. Y. Rudyka. – Har`kov : Y`NZhEK, 2003. – 179 s.
3. Balaczky`j O. F. Ekonomy`chesky`j potency`al admy`ny`straty`vny`x y` proy`zvodstvenny`x sy`stem: monogr. / O. F. Balaczky`j. – Sumy : Uny`versy`tetskaya kny`ga, 2006. – 972 s.
4. Bachevs`ky`j B. Ye. Potencial i rozvy`tok pidpny`yemstva : navch. posib. / B. Ye. Bachevs`ky`j, I. V. Zablod`s`ka, O. O. Reshetnyak – K. : Centr uchbovoyi literatury`, 2009. – 400 s.
5. Dolzhans`ky`j I. Z. Upravlinny`a potencialom pidpny`yemstva : navch. posib. / I. Z. Dolzhans`ky`j, T. O. Zagorna, O. O. Udaly`x, I. M. Gerasy`menko, V. M. Rashhupkina. – K. : Centr navchal`noyi literatury`, 2006. – 362 s.

Надіслана/Written: 3.06.2014 р.
Надійшла/Received: 8.06.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов