

*О. В. Криворучкіна*, к.геогр.н., доцент,  
доцент кафедри економіки підприємств,  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»,  
e-mail: elena.k1810@mail.ru

## **ІНФОРМАЦІЙНИЙ БАЗИС УПРАВЛІННЯ ПРОДУКТИВНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

**Криворучкіна Елена**  
**Информационный базис**  
**управления производительностью**  
**предприятия**

**Krivoruchkina Elena**  
**Information basis performance**  
**management company**

На сьогодні питання формування інформаційного базису для прийняття ефективних управлінських рішень зростання продуктивності підприємства є особливо актуальними. Це зумовлене зростанням ролі та значення інформації як ресурсу, що генерує оптимальне співвідношення ринкових виходів до ринкових входів та є передумовою отримання ресурсів більш високого порядку — знань. В аспекті цього виключного значення набуває удосконалення сучасного інструментарію інформаційно-аналітичного забезпечення механізму управління продуктивністю підприємства.

Формування інформаційного базису розцінюється нами як міра зниження рівня невизначеності, що впливає з розуміння інформації як міри організованості системи. Відсутність необхідних інформаційно-інтелектуальних складових у виробничо-господарській діяльності бізнес-одиноць має наслідком зниження ринкових виходів, що припадають на одиницю ринкових входів. Співставлення отриманих ринкових виходів до ринкових входів є традиційним об'єктом дослідження теорій економічної ефективності. Порівняно недавно ці базові ресурсні підходи доповнені методологією часової оцінки економічних показників, яка дозволяє співставляти різночасові витрати ресурсів і результати від їх використання.

Виключне значення ринкових виходів при управлінні продуктивністю підприємства доводить об'єктивну необхідність використання інструментарію бенчмаркінгу для виявлення попиту та потреб споживачів, ступеня їх задоволеності не лише у кількісному, а й у якісному аспектах [1, 2]. Управлінські рішення, спрямовані на реалізацію резервів зростання продуктивності, започаткування виробництва нових товарів або удосконалення якісних параметрів існуючих передбачає діагностику чисельності альтернатив задоволення вимог споживачів, насичення товарних ринків і перехід споживачів від задоволення базових потреб до потреб вищих рівнів.

Системне та комплексне використання бенчмаркінгу генерує перманентний процес зростання інформаційних факторів, тобто у процесі їх споживання, суб'єкт отримує досвід, який створює вигідні умови для запуску наступного циклу. Це підтверджує виключне значення інформації в управлінні продуктивністю підприємства: співставлення отриманих результатів з прогнозними очікуваннями дозволяє суб'єкту оцінити рівень їх відповідності, що наслідування певної моделі поведінки, алгоритму діяльності, або ж змінює їх відповідно до нового досвіду, нової інформації. Таким чином, розпочинається наступний цикл усвідомлення потреб і можливостей, формулювання нових цілей і т.д.

Порівняльний характер бенчмаркінгу значно розширює можливості традиційного аналітичного інструментарію. Об'єктними складовими бенчмаркінгу в управлінні продуктивністю є: потреби споживачів; ринкові входи; бізнес-процеси; ринкові виходи; результати; споживання. Доцільність використання бенчмаркінгу підкреслюється неможливістю у межах однієї організації створити і підтримувати повністю реалістичну систему обґрунтування управлінських рішень, та, відповідно, пріоритетних заходів зі зростання продуктивності за рахунок певної частки невизначеності, неадекватності сприйняття ринкової ситуації, недостовірності наявної інформації. Ми погоджуємося з О. Олексюком, що подолання проблем такого роду відбувається через використання громіздкого математичного апарату прогнозування, розробки сценаріїв тощо [3]. Нами ж відстоюється позиція, що більш економічно обґрунтованим є підхід щодо порівняння власної діяльності підприємств з процесами найуспішніших компаній у певній сфері бізнесу, а не витрачання коштів на автономний пошук внутрішніх резервів підвищення ефективності функціонування чи постійний моніторинг зовнішніх можливостей зростання.

Таким чином, складна природа та загальносистемне значення інформаційних чинників доводять об'єктивну необхідність дослідження можливостей використання бенчмаркінгу у забезпеченні зростання продуктивності підприємства. З одного боку, бенчмаркінг органічно доповнить процеси бізнес-аналітики підприємств з огляду на типовість цільових орієнтирів використання — підвищення якості прийняття управлінських рішень. З іншого боку, його застосування дозволить розширити інформаційний базис, оскільки на відміну від бізнес-аналітики, спрямованої переважно на статистичну обробку даних, бенчмаркінг створить передумови для порівняння практики функціонування підприємства з кращими бізнес-аналогами.

## Література

1. Гайда Т. Ю. Бенчмаркінг та бізнес-аналітика: порівняльний аналіз використання на підприємствах / Т. Ю. Гайда // Інноваційна економіка. — 2012. — № 7. — С. 289—293.
2. Camp R. C. Benchmarking: the search for industry best practices that lead to superior performance. — New York: Productivity press, 2006. — 299 p.
3. Олексюк О. І. Економіка результативності діяльності підприємства: [монографія] / О. І. Олексюк. — К. : КНЕУ, 2008. — 362 с.

И. В. Кузьмина-Мерлино, д.э.н., профессор,  
Институт транспорта и связи, Рига, Латвия  
E-mail: Kuzmina.I@tsi.lv

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО КОНТРОЛЯ В МЕЖДУНАРОДНОМ ХОЛДИНГЕ

Кузьміна-Мерліно Ірина  
Удосконалення системи  
управлінського контролю  
в міжнародному холдингу

KuzminaMerlino Irina  
Iv improvement of management  
control in international holding

В современной экономической литературе и научных публикациях управленческий контроль как «процесс управления управлением» получил название контроллинга (*controlling* — англ.). Контроллинг представляет собой процесс, обеспечивающий достижение организацией поставленных оперативных и стратегических целей. В данной статье представлены результаты исследования, проведенного автором, по изучению системы управленческого контроля в международном холдинге, имеющем дочерние компании в 12 странах мира. Основной линией данного исследования является создание в холдинге оптимальной системы оперативного управленческого контроля, построенной на основе эффективного информационного обеспечения. Актуальность разработки и внедрения контроллинга в исследуемой организации обусловлена необходимостью избежания следующих ситуаций: невыполнение планов; непонимание своих функциональных обязанностей работниками; неправильный метод мотивации работников; пробелы в постановке и координации функционирования системы управления в соответствии с поставленными целями.