

10. Чеботарев Н.Ф. Оценка стоимости предприятия (бизнеса): Учебник / Н.Ф. Чеботарев. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2009. — 256 с.

11. Раницький Т. Формування передумов стратегії розвитку людського капіталу // Українська наука: минуле сучасне, майбутнє. — Вип. 14—15. — 2010. — С. 205—211.

Стаття надійшла до редакції 17.10.2010.

УДК 658.5

О.Ю. Стельмах, студентка,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ІНФОРМАЦІЯ ЯК ОБ'ЄКТ КОНКУРЕНТНОЇ ПОВЕДІНКИ ПІДПРИЄМСТВА

Анотация. У статті визначено сутність та основні ознаки інформації. З'ясовано її роль на сучасному етапі економічного розвитку. Проаналізовано стратегічні пріоритети підприємств при виборі інформації для досягнення успіху в конкурентній боротьбі.

Аннотация. В статье определена сущность и основные признаки информации. Выяснена ее роль на современном этапе экономического развития. Проанализированы стратегические приоритеты предприятий при выборе информации для достижения успеха в конкурентной борьбе.

Summary. The essence and basic characteristics of information are defined in the article. Its role at the current stage of economic development is determined. Strategic priorities of an enterprise are analyzed to achieve success in competition

КЛЮЧОВІ СЛОВА: інформація, інформаційний шум, стратегічні цілі конкурентні переваги, інформаційні потреби, бізнес-стратегія.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: информация, информационный шум, стратегические цели, конкурентные преимущества, информационные потребности, бизнес-стратегия.

KEY WORDS: information, information noise, strategic objectives, competitive advantage, information needs, business strategy.

Забезпечення ефективного розвитку економіки є одним із ключових завдань сьогодення. Його вирішення можливе за умови формування конкурентоспроможних підприємницьких структур, успіх діяльності яких залежить від вміння своєчасно та професійно протистояти трансформаціям у складному, динамічному ринковому середовищі, у тому числі шляхом здійснення ефективної роботи з інформацією.

Становлення інформаційної економіки поступово змінює індустріальну епоху розвитку суспільства та висуває більш жорсткі вимоги до функціонування підприємств. Інтенсивний розвиток інформаційних технологій та їх активне використання сприяє удосконаленню управління економічними процесами на основі інформаційних ресурсів якісно нового рівня, які мають визначальний вплив на формування конкурентних переваг підприємства.

Постановка проблеми. Відібрана та опрацьована інформація виступає основним індикатором змін та вказує на необхідність визначених дій, що попереджають, дозволяють уникати чи зменшують негативні наслідки їх впливу. Таким чином, інформація перетворюється на важливий стратегічний актив, що дозволяє вирішувати поточні завдання, забезпечує вагомі та стійкі конкурентні переваги і довгостроковий розвиток підприємства. Підвищення «статусу» та обсягів інформації в економічних процесах підприємств та житті суспільства в цілому актуалізують дослідження у даному напрямку.

Аналіз останніх джерел та публікацій. Всезростаюча роль інформації у житті суспільства викликає підвищений інтерес до неї та включає останню в коло об'єктів економічних досліджень як вітчизняних, так і зарубіжних науковців.

У сучасній науковій літературі існує дуже велика кількість підходів до визначення інформації, що пояснюється складністю та багатоаспектністю даної економічної категорії. Залежно від галузі знань, у якій проводилися дослідження існують різні тлумачення даного поняття: інформація — рушійна сила всіх трансформаційних процесів суспільства (В. Іванова [1]); інформація — заперечення ентропії (Л. Бріллюен [2]); інформація — як і матерія існувала й існує завжди (Р. Ф. Абдеев [2]); інформація — передача різноманітності (У.Р. Ешбі [3]); інформація — комунікація та зв'язок, у процесі яких усувається невизначеність (К. Шеннон [4]); інформація — будь-яке повідомлення чи передача відомостей про будь-що, що раніше не було відоме (І. О. Анісімов [5]).

Протягом останнього десятиліття в науковій та спеціальній літературі активно обговорюються прикладні аспекти інформаційної природи конкурентних переваг в аспекті виявлення відповідних трансформацій у ланцюжку створення цінності досліджували М. Портер і В. Міллар [6].

Окрему течію утворюють розробки відомих класиків менеджменту І. Ансофа [7] та П. Друкера [8], які наполягають на визначальній ролі інформації у посиленні стратегічних позицій підприємств. Пошук ефективних принципів та механізмів інфор-

маційного забезпечення управління компаніями досить плідно ведуть вітчизняні науковці та їх колеги з країн пострадянського простору, у т.ч. у контексті менеджменту знань [9], інформаційного менеджменту [10, 11], системного підходу до управління розвитком економічної організації [12].

Постановка завдання. Незважаючи на активні наукові пошуки і певні здобутки у дослідженні інформації як економічного ресурсу все ще існує широке коло проблемних питань, які є недостатньо висвітленими. До них належать: обґрунтування специфічності інформації як ресурсу і як продукту, визначення обсягу та основних критеріїв відбору інформації для керівництва підприємства, приховування цінної інформації, перетворення інформації у стратегічний актив.

Метою дослідження є визначення місця та ролі інформації у формуванні конкурентних переваг підприємства внаслідок уточнення: а) складу та критеріїв відбору інформаційних джерел для забезпечення процесу прийняття ефективних управлінських рішень; б) перспективи подальшого розвитку підприємств на основі перетворення інформації в основний стратегічний актив.

Виклад основного матеріалу. На сьогоднішній день ніхто не стане заперечувати, що відбувається процес поступового становлення глобальної інформаційної індустрії, яка визначатиме орієнтири подальшого економічного розвитку як світової економіки в цілому, так і окремих підприємств, зокрема.

У забезпеченні ефективного функціонування підприємств значення інформаційних ресурсів зростає більш швидкими темпами, ніж фінансові можливості задоволення потреб підприємств у якісній та своєчасній інформації. А тому досить гостро постає проблема набуття та приховання цінної для підприємства інформації, яка дозволяє мати переваги над конкурентами. Яким же чином це відбувається? Доступ до цінного ресурсу можна істотно обмежити за рахунок вже наявного пласту інформації. Такий парадокс ще по-іншому називається інформаційним шумом, тобто щодня людина перебуває під величезним інформаційним впливом, який дезорієнтує діяльність економічного суб'єкта і не дозволяє критично осмислювати отримані факти.

Дійсно цінна інформація постійно циркулює серед обмеженого кола людей, коли вона виходить за ці межі і стає широкодоступною, вона перетворюється у інформаційний шум, автоматично втрачаючи свою первісну цінність.

З плином часу для господарюючих суб'єктів стає важливим не тільки накопичення інформації, але й організація безперервного

процесу управління нею, який потребує високого професіоналізму працівників, а головне — значних затрат часу, які не завжди виправдовують отримані результати.

Для успішного досягнення поставлених цілей фірма повинна за мінімальний строк з максимальною користю використати ту інформацію, яка потрапила у її внутрішнє середовище. Це стає можливим, якщо всі зацікавлені сторони в середині організації отримують своєчасний доступ до релевантних інформаційних джерел. У сприятливому випадку аналіз та використання інформації стає інтерактивним процесом, в якому беруть участь як керівники, так і підлегли.

Ефективне управління інформаційними ресурсами перетворюється на основну домінуючу діяльність будь-якого підприємства (рис. 1). Інформація дає можливість компанії визначити власну позицію на ринку та будувати ефективну бізнес-стратегію [13, с. 11].



Рис. 1. Вплив інформації на етапи розробки конкурентної стратегії

Володіння повною, достовірною, актуальною та оперативною інформацією дає можливість підприємству отримати конкурентні переваги, знижувати фінансові ризики, ефективно підтримувати та супроводжувати процес прийняття зважених, обґрунтованих управлінських рішень в умовах сьогодення, найближчої або досяжної перспективи. Крім того, ефективність використання інформаційних ресурсів у системі управління підприємством дозволяє визначити здатність господарюючого суб'єкта гнучко адаптуватися до змін у навколишньому середовищі і виконувати поставлені завдання для реалізації стратегічних цілей.

Досягнення конкурентних переваг на ринку можливе на основі, по-перше, достатнього інформаційного забезпечення про стан ринку, по-друге, достатньої інформаційної насиченості своєї діяльності [14, с. 35]. Оскільки обсяг інформації постійно зростає, суб'єкти

підприємницької діяльності повинні бути готові до сприйняття принципово нової інформації, яка може змусити їх докорінно змінити своє уявлення про перспективи подальшого розвитку. Здатність гнучко адаптуватися до змін ринкового середовища є основою інноваційного характеру діяльності сучасних підприємств.

Джерела отримання управлінської інформації необхідно обирати з урахуванням цілей та завдань розвитку підприємства. Основними властивостями управлінської інформації вважаються повнота, точність, оперативність, порівнюваність, об'єктивність (достовірність), економічність, конфіденційність, користь [15, с. 100]. Проте поряд із зазначеними є також унікальні характеристики, які підтверджують феномен інформації, до яких слід віднести:

1) існування інформації не залежно від простору, тобто можливість одночасного використання окремих її частин;

2) односторонність акту продажу інформації — її не можна повернути назад, викупити, зате можна продавати одну і ту ж саму інформацію неодноразово;

3) двоякий характер інформації як ресурсу — будучи в надлишку інформація в той же час являється обмеженим ресурсом.

Зазначені властивості є дуже важливими для споживача інформації. Однак, як стверджує А. Шастіко, подібна повна оцінка якості інформації можлива тільки після її використання. Цей феномен отримав назву «інформаційного парадоксу» [16, с. 135].

Аналіз інформаційних потреб є невід'ємним етапом стратегічного та поточного планування. Кожне підприємство має потенціал самостійного виробництва інформації, однак у всіх підприємств він різний. Послідовний і якісний підхід до цього процесу дозволяє оптимізувати роботу всього підприємства на основі виявлення найбільш актуальних інформаційних потреб і їх найкращого задоволення.

Досягти високого рівня конкурентоспроможності можуть лише ті підприємства, які володіють необхідною інформацією, вчасно реагують на інноваційні вимоги ринкового середовища, успішно розв'язують завдання фінансового забезпечення та мають необхідні інструменти для досягнення довгострокових позитивних результатів. Усі інші господарські структури опиняються у стані перманентної боротьби за виживання.

Таким чином, інформація є важливим активом підприємства, а тому з метою встановлення стійких конкурентних переваг та досягнення основних пріоритетних напрямків діяльності виникає об'єктивна необхідність всеохоплюючого управління всім спектром доступних для підприємства інформаційних ресурсів та найбільш ефективно їх використання з урахуванням фактора ситуативності.

За результатами дослідження ролі і місця інформації у формуванні конкурентних переваг сучасних підприємств маємо зробити такі **висновки**.

По-перше, з'ясовано, що внаслідок зростання ролі інформації не тільки у житті сучасного суспільства, а й у набутті підприємствами стійких конкурентних переваг, її виділяють як самостійну економічну категорію, якій притаманні загальні та специфічні властивості.

По-друге, не тільки володіння повною, достовірною, актуальною та оперативною інформацією дає можливість підприємству ефективно підтримувати та супроводжувати процес прийняття зважених, обґрунтованих управлінських рішень. Більш актуальним для сучасного підприємства є оволодіння дієвими способами управління інформацією, що передбачає, зокрема, результативне використання ефекту інформаційного шуму.

По-третє, підтверджено, що використання інформаційних ресурсів для управління підприємством робить будь-яку компанію більш конкурентоспроможною за рахунок підвищення її керованості та адаптованості до змін ринкової кон'юнктури.

На основі зроблених висновків, а також у зв'язку із зростанням нестабільності зовнішнього ділового середовища перспективним **напрямком подальших досліджень** є вивчення та аналіз шляхів оптимізації процесів управління вітчизняними підприємствами на основі використання інформаційних технологій та програмних систем.

Література

1. *Іванова В.В.* Інформаційна основа економічна трансформацій / В. В. Іванова // Актуальні проблеми економіки. — 2008. — № 5. — С. 215—221.
2. *Абдеев Р. Ф.* Философия информационной цивилизации. — М., 1994. — 334 с.
3. Ashby W. R. An introduction to Cybernetics. / W. R. Ashby — Chapman and Hall, 1956.
4. *Шеннон К. Э.* Работы по теории информации и кибернетике / К. Э. Шеннон. — М.: Изд-во иностр. лит., 1963.
5. *Анатова Н.* Методологічні основи дослідження інформаційної економіки / Н. Анатова // Економіка України. — 2005. — №7. — С. 58—64.
6. *Портер М. Э.* Конкуренция / М. Э. Портер. — М. : Вильямс, 2002. — 496 с.
7. *Ансофф И.* Новая корпоративная стратегия. / И. Ансофф — СПб.: Изд-во «Питер», 1999. — 416 с.

8. *Друкер Питер Ф.* Задачи менеджмента в XXI веке: Уч. пос. / Питер Ф. Друкер — М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. — 272 с.
9. *Мильнер Б.З.* Управление знаниями в корпорациях: Учебное пособие / Под ред. д-ра эконом. наук, проф. Б.З.Мильнера / З.П. Румянцева, В.Г. Смирнова, А.В. Блинникова. — М.: Дело, 2006. — 304 с.
10. *Бармаков Б.* Роль информационного обеспечения в управлении компанией / Б. Бармаков // Управление компанией. — 2007. — № 2.
11. *Твердохліб М. Г.* Інформаційне забезпечення менеджменту: Навч. посібник. / М. Г. Твердохліб. — Вид. 2-ге, доп. та перероб. — К.: КНЕУ, 2002. — 224 с.
12. *Верба В.А.* Інформаційне забезпечення управління розвитком компанії / В.А. Верба // Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. Випуск 22. — К.: КНЕУ, 2009. — С. 145—154.
13. *Тагаданов Д. Н.* Информация как основной фактор формирования конкурентной стратегии / Д. Н.Тагаданов // Менеджмент. — 2005. — № 1. — С. 11.
14. *Корнев Ю.Г.* Теоретичні аспекти інформаційного забезпечення підприємницької діяльності / Ю.Г. Корнев // Актуальні проблеми економіки. — 2008. — №5. — С. 30—35.
15. *Петренко С.Н.* Контроллинг: Учеб. пособие / С.Н. Петренко — К.: Ника-Центр, Эльга, 2004. — 328 с.
16. *Шастико А.* Неполные контракты: проблемы определения и моделирования / А. Шастико // Вопросы экономики. — 2001. — № 6. — С. 133—138.

Стаття надійшла до редакції 20.10.2010.

УДК 658.016.4:691

В.І.Хомяков, д-р техн. наук, професор,

Я.О.Ковальчук, аспірант,

Черкаський державний технологічний університет

БУДІВЕЛЬНИЙ КЛАСТЕР ЯК ЕФЕКТИВНИЙ СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

Анотация. У роботі представлено характеристику різноманітних об'єднань підприємств, а також визначено кластер як найефективніший спосіб об'єднань. Пропонується утворення будівельного кластеру на території міста Черкаси з метою підвищення потенціалу та виходу з кризового стану підприємств з виготовлення будівельних матеріалів.

Аннотация. В работе представлена характеристика различных объединений предприятий, а также определен кластер как наиболее эффективный способ объединения. Предлагается создание строительного