

8. Классификация складов по форме собственности, назначениям другим признакам. \ <http://www.stroi-baza.ru/articles/one.php?id=666>
9. Логистические посредники в распределении. \ <http://politeconomics.org.ua/content/view/77/43/>
10. Окландер М. А. Логистика: Підручник. — К.: Центр учбової літератури, 2008. — 346 с.
11. Сергеев В. И., Белов Л. Б., Дыбская В. В. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов. — М.: Ингра-М, 2005. — 976 с.
12. Сергеева О. М. Логистизация перевозок нефти и нефтепродуктов на железнодорожном и морском транспорте: Дис. канд. экон. наук : 08.00.05 Самара, 2004. — 141 с.
13. Склады и их основное назначение // http://www.steline.ru/review/show_review/11
14. Склады, их определение, виды и функции // <http://www.skplus.ru/info.html>
15. Стеллажи. Складская логистика // http://www.manutention.ru/prod01_1.htm
16. Типы посредников // <http://www.startlogistic.ru/sbit/middleman/>
17. Типы посредников // <http://www.store-logist.ru/ctr/29.html>

Статтю подано до редакції 20.01.10 р.

УДК 65.012.45

О. М. Гребешков, аспірант,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА: АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ЗАРУБІЖНОЇ ТА ВІТЧИЗНЯНОЇ ПРАКТИКИ

У статті запропоновано результати аналітичної оцінки практики інформаційного забезпечення розвитку вітчизняних та зарубіжних компаній. На основі опитування представників вітчизняного топ-менеджменту виявлено та проаналізовано інформаційні потреби українських компаній різних сфер діяльності; ідентифіковано рівень довіри з боку українських підприємств до різних джерел забезпечення їх інформаційних потреб; дано порівняльну оцінку виявлених результатів із зарубіжною практикою інформаційного забезпечення розвитку компаній.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: розвиток підприємства, інформаційний менеджмент, інформаційні ресурси, інформаційні потреби, стратегічний менеджмент.

В статье представлены результаты аналитической оценки практики информационного обеспечения развития отечественных и зарубежных компаний. На основе опроса представителей отечественного топ-менеджмента выявлены и проанализированы информационные потребности украинских компаний разных сфер деятельности; идентифицирован уровень доверия разным источникам информации со стороны украинских предприятий; дана сравнительная оценка выявленных результатов с зарубежной практикой информационного обеспечения развития компании.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: развитие предприятия, информационный менеджмент, информационные ресурсы, информационные потребности, стратегический менеджмент.

The article presents the results of analytical evaluation of the practices of information support of development of domestic and foreign companies. The questioning of the national top management made it possible to identify the information needs of the Ukrainian companies, identify the level of trust to different sources of information; to compare the findings with the foreign practice of information support of company's development.

KEYWORDS: business development, information management, information resources, information needs, strategic management.

Актуальність та постановка проблеми. В умовах високої нестабільності та непередбачуваності соціально-економічних та політичних процесів вітчизняний топ-менеджмент гостріше усвідомлює необхідність виявлення надійних джерел інформації для забезпечення результативного функціонування й розвитку своїх підприємств і компаній. Від достовірності джерел та своєчасності надходження інформаційних ресурсів залежить якість управлінських рішень, їх дієвість у вирішенні нагальних проблем господарюючих суб'єктів. Не менш важливим за таких умов виявляється здатність осіб, що готують та приймають управлінські

рішення, чітко усвідомлювати та адекватно оцінювати важливість та «продуктивність» інформаційних ресурсів різного походження, що позначається на результатах розвитку підприємств. Отже постає проблема виявлення надійних та релевантних джерел інформації, здатних сприяти результативному розвитку вітчизняних компаній і підприємств в умовах високої непередбачуваності умов господарювання.

Аналіз опублікованих надбань. Ідентифікація інформації як ресурсу, що забезпечує набуття конкурентних переваг компанії, визнається одним з перспективних напрямів досліджень у сфері наукового і прикладного менеджменту. Розглядаючи інформацію як різновид економічних ресурсів, науковці визнають такі її ключові ознаки як економічна цінність та здатність приносити дохід [1, с. 432–447]. Окрему течію у сфері дослідження інформації як невід’ємного ресурсу розвитку компанії утворюють розробки відомих класиків менеджменту [2, 3], які наполягають на визначальній ролі інформації у посиленні стратегічних позицій підприємств. Пошук ефективних принципів та механізмів інформаційного забезпечення управління компаніями досить плідно ведуть вітчизняні науковці та їх колеги з країн пострадянського простору, у т. ч. у контексті менеджменту знань [4], інформаційного менеджменту [5], системного підходу управління розвитком економічної організації [6, 7].

Невирішені частини загальної проблеми. Незважаючи на популярність та активний науковий пошук останніх років, слід визнати, що дослідження інформаційного аспекту розвитку підприємства як економічної організації залишається фрагментарним. Очікують на своє вивчення такі проблемні питання, як: можливість та способи капіталізації інформації; оптимізації інформаційних потоків як у середині, так і ззовні підприємства; виявлення принципів раціонального відбору та оцінки інформації задля зниження невизначеності середовища господарювання сучасних компаній; використання інформаційних ресурсів як основи для реалізації проактивної поведінки підприємства в економічному середовищі тощо.

Мета статті. Для вирішення цих та багатьох інших проблем у сфері інформаційного забезпечення розвитку сучасних підприємств вважаємо за доцільне висунути гіпотезу про необхідність вивчення емпіричних даних, що відображають поточну ситуацію в інформаційному забезпеченні розвитку економічних

організацій. З метою наукового узагальнення набутого досвіду у цій сфері вважаємо за корисне виявити, оцінити та порівняти зарубіжну та вітчизняну практику інформаційного забезпечення розвитку підприємств у контексті задоволення їх інформаційних потреб.

Виклад результатів дослідження. Яка інформація потрібна компанії, що прагне розвиватися та намагається управляти цим процесом? Дати відповідь на це запитання непросто. Емпіричний досвід та результати наших досліджень засвідчують, що більшість вітчизняних підприємств і компаній не усвідомлюють своїх інформаційних потреб, не орієнтуються на інформаційному ринку і не знають способу знаходження інформаційних ресурсів, необхідних для забезпечення успішного довгострокового розвитку. Крім того, не можна не відзначити низький ступінь теоретичної вивченості проблеми інформаційного забезпечення діяльності підприємства на оперативному та стратегічному рівнях.

Результати опитування та консультації з представниками українських підприємств, а також узагальнення опублікованих у зарубіжній літературі даних про інформаційні аспекти розвитку компаній, дозволяють виявити усвідомлені інформаційні потреби вітчизняних та зарубіжних компаній та провести їх порівняльний аналіз. При цьому основними завданнями дослідження визначено такі: 1) оцінка важливості різних видів інформації для виробничих підприємств та торговельних компаній, а також їх порівняння з аналогічними оцінками зарубіжних компаній; 2) виявлення структури інформаційних потреб за критерієм рівню їх специфічності для підприємств різних сфер діяльності та порівняння цієї структури у вітчизняних та зарубіжних компаній; 3) виявлення розбіжності у пріоритетах вибору вітчизняними та зарубіжними компаніями джерел інформаційного забезпечення розвитку. За результатами дослідження інформаційних потреб сучасних компаній [8, с. 55–57] вважаємо за необхідне зробити такі висновки.

По-перше, слід визнати, що більшість вітчизняних підприємств не орієнтуються на інформаційному ринку: залишається невирішеним питання, про що саме вони хочуть знати та як і де таку інформацію можна отримати.

По-друге, в структурі інформаційних потреб українських виробничих підприємств перевага віддається аналітичній інформа-

ції бухгалтерського та управлінського характеру, даним про доступність фінансових та інвестиційних ресурсів, інформації політичного та інформаційно-правового характеру. На відміну від вітчизняних виробників зарубіжні компанії до пріоритетних відносять дані про нові технології та інновації, а також про результати фундаментальних та прикладних досліджень (рис. 1, а). У цьому позначається інноваційна спрямованість діяльності зарубіжних виробників та зосередженість їх українських колег на питаннях відповідності нестабільним вимогам нормативно-правового та регуляторного характеру, що панують в Україні. До того ж слід визнати нерозвиненість ринкової інфраструктури українського бізнес-середовища, його залежність від дій власних і регуляторних інституцій, що, в свою чергу, є свідченням високого ступеню непрозорості ринкового простору в Україні. Щодо торговельних компаній, між українськими та зарубіжними фірмами простежується не менша розбіжність в оцінках значущості інформаційних ресурсів (рис. 1, б): якщо вітчизняними фірмами на перше місце висуваються потреби у комерційній інформації та інформації про доступність фінансових і інвестиційних ресурсів (що відповідає нагальним проблемам функціонування і розвитку українських підприємств, зокрема нестачі оборотних коштів, пошук стратегічних інвесторів та надійних партнерів по комерційних угодах), то для зарубіжних торговельних компаній першочерговий інтерес викликають дані про стан і динаміку товарних ринків, біржові новини, тенденції та тренди фінансового ринку.

На основі оцінки та порівняння значущості інформаційних ресурсів для вітчизняних та зарубіжних компаній [9] зроблено спробу виявити структуру їх інформаційних потреб. На нашу думку, результати виявилися цікавими та неоднозначними. Як за змістовним наповненням, так і за оцінками значущості спостерігаються принципові відмінності вітчизняної практики використання інформаційних ресурсів від зарубіжної (табл. 1 і 2).

За результатами опитування представників вітчизняних підприємств різних сфер діяльності виявилось, що перелік інформаційних ресурсів, що можна віднести до групи універсальних (тобто однаково важливих для виробничих підприємств та торговельних компаній), доволі широкий (табл. 1): від офіційної інформації органів влади та нормативно-правових документів до маркетингової та навчально-методичної інформації.



(а)



(б)

Рис. 1. Оцінка важливості інформації підприємствами виробничої (а) і торговельної (б) сфер діяльності

Таблиця 1

**ОЦІНКА ЗНАЧУЩОСТІ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ВІТЧИЗНЯНИХ ВИРОБНИЧИХ
ТА ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ СТРУКТУРИ
ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТРЕБ**

Основна сфера діяльності підприємств	Сфери інформаційних потреб:		
	універсальна	спеціальна	специфічна
Виробництво	Офіційна інформація органів влади	Статистична інформація (економічна, демографічна, соціальна, прогнозна)	Інформація про нові технології та інновації
	Нормативно-правова інформація	Ділові новини	Дані в області фундаментальних і прикладних наук
	Інформація про доступність фінансових та інвестиційних ресурсів	Інформація про зарубіжні товарні та ресурсні ринки	Політичні новини
	Облікова та аналітична інформація «внутрішнього» походження		Інформація ринку праці (рівні зайнятості, описи вакансій, зарплати тощо)
Торгівля	Маркетингова інформація	Інформація про бізнес-тренди	Біржова та фінансова інформація (котирування, курси валют тощо)
	Консалтингова інформація на замовлення	Інформація для бенчмаркінгу	Комерційна інформація (відомості про товари, послуги, адреси компаній тощо)
	Навчальна інформація для менеджерів		

Безперечною складовою універсальної інформації є внутрішні дані бухгалтерського та управлінського обліку. Показовим також є склад інформаційних ресурсів, які віднесені нами до групи специфічних (таких, що матимуть високу оцінку важливості тільки в окремих сферах діяльності): для виробничих підприємств такими виявились дані про результати НДДКР, інформація ринку праці та політичні новини; для торговельних компаній — біржова, фінансова та комерційна інформація.

Таблиця 2

ОЦІНКА ЗНАЧУЩОСТІ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ЗАРУБІЖНИХ ВИРОБНИЧИХ
ТА ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ СТРУКТУРИ
ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТРЕБ

Основна сфера діяльності підприємств	Сфери інформаційних потреб:		
	універсальна	спеціальна	специфічна
Виробництво	Облікова та аналітична інформація «внутрішнього» походження	Статистична інформація (економічна, демографічна, соціальна, прогнози)	Дані в області фундаментальних і прикладних наук
	Інформація про зарубіжні товарні та ресурсні ринки		Інформація про нові технології та інновації
			Політичні новини
Торгівля	Інформація ринку праці (рівні зайнятості, описи вакансій, зарплати тощо)	Інформація про доступність фінансових та інвестиційних ресурсів	Консалтингова інформація на замовлення
	Навчальна інформація для менеджерів	Інформація для бенчмаркінгу	Нормативно-правова інформація
		Інформація про бізнес-тренди	Біржова та фінансова інформація (котирування, курси валют тощо)
			Офіційна інформація органів влади
			Маркетингова інформація
			Комерційна інформація (відомості про товари, послуги, адреси компаній тощо)
			Ділові новини

Суттєво відрізняються аналогічні оцінки по зарубіжних компаніях (табл. 2). Склад універсальних інформаційних ресурсів виявляється порівняно вузьким та містить найнеобхіднішу інформацію про діяльність компанії — облікові та аналітичні дані «внутрішнього» походження, інформацію про трудові ресурси та персонал (у т.ч. інструменти навчання управлінського персоналу)

та дані про зарубіжні товарні ринки. На наше переконання, подібний склад інформаційних ресурсів, що визнаються як найважливіші компаніями різних сфер діяльності (виробничими та торговельними), свідчить про усталеність та усвідомленість інформаційних потреб зарубіжних компаній, їх чітку орієнтацію в бурхливому інформаційному середовищі.

Отже, визначена на основі наведеної вище оцінки важливості інформаційних ресурсів структура інформаційних потреб вітчизняних та зарубіжних компаній різних сфер діяльності виявляється якісно відмінною (рис. 3): якщо для українських підприємств частка універсальних потреб у загальному обсязі інформаційних запитів не перевищує 60 %, аналогічний показник для зарубіжних компаній складає 86 %. Також показовим є порівняння часток специфічних інформаційних потреб: 14 % — в українських компаніях, та 1 % — у зарубіжних компаніях.

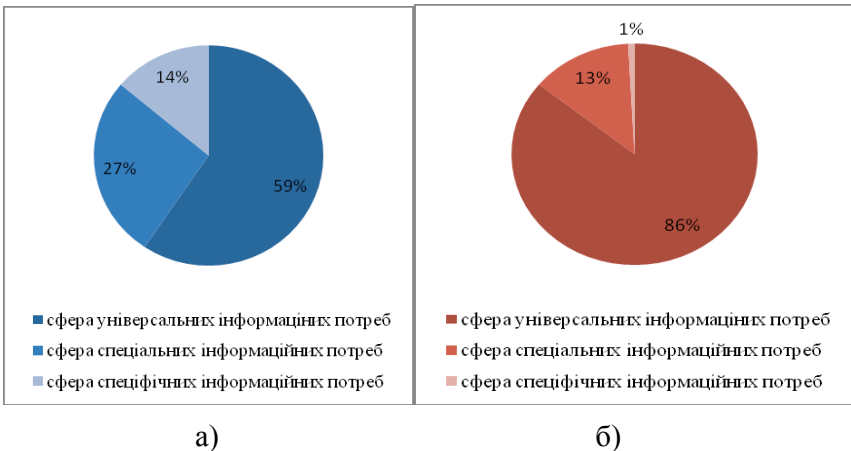


Рис. 3. Структура інформаційних потреб вітчизняних (а) та зарубіжних (б) компаній різних сфер діяльності

По-третє, аналіз значущості різної інформації для вітчизняних та зарубіжних виробничих підприємств показав (рис. 4), що порівняно із зарубіжною практикою українськими виробничими підприємствами надзвичайно переоцінюється значення інформації нормативно-правового, офіційного, ділового та політичного характеру (відхилення оцінок вітчизняних підприємств від зарубіж-

них коливається в межах від 50 % до 35 %). До того ж для вітчизняних виробничих компаній високу важливість має інформація про ринок праці та фінансовий ринок (зона 1 на рис. 4, а). Проте, порівняно з зарубіжною практикою залишаються суттєво недооціненими дані про ринкову інфраструктуру та можливості розвитку управлінських навичок (зона 5 на рис. 4, а).

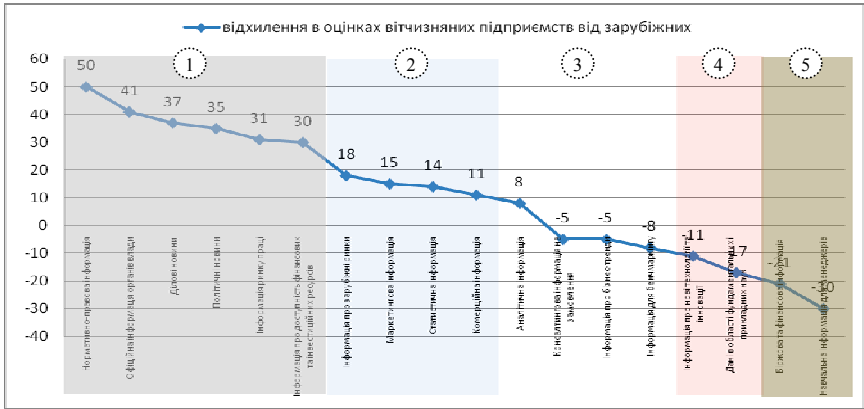
Що ж до торговельних компаній, відхилення в їх оцінках значущості різних інформаційних ресурсів від зарубіжної практики не такі суттєві (рис. 4, б). Переоціненою слід визнати нормативно-правову інформацію (що є загальною відмітною ознакою всіх вітчизняних підприємств незалежно від сфери діяльності), тоді як інформація комерційного та інноваційного характеру є значно недооціненою.

На основі виявлених характеристик інформаційних потреб вітчизняних підприємств можна констатувати, що, з одного боку, інформаційні потреби підприємств обумовлюються загальним станом економічної системи країни (рівнем розвиненості ринкової інфраструктури, впливом органів політичної влади на економічні відносини тощо). З іншого боку, для вітчизняних підприємств нагальна потреба у формуванні та підвищенні рівню інформаційної культури, що позначається у чіткому формулюванні цілей інформаційного забезпечення своєї діяльності та розвитку, оволодінні технологіями та інструментами роботи з інформаційними ресурсами.

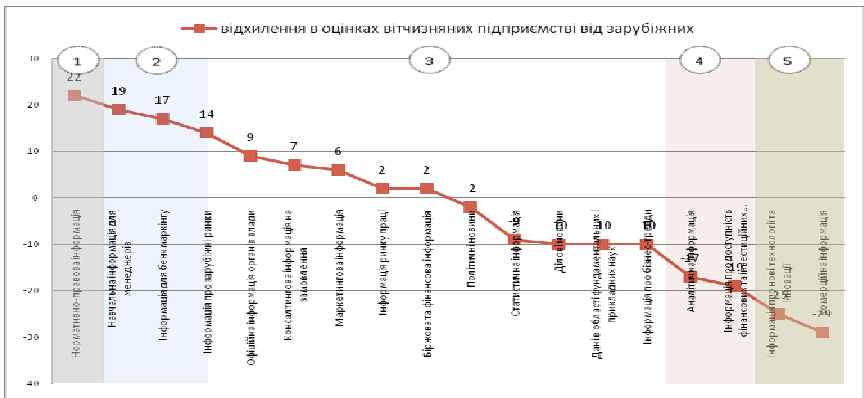
Виявлені особливості вітчизняної практики використання різних інформаційних джерел мають, на наше переконання, чіткі причини, що їх зумовлюють.

По-перше, висока інформаційна асиметрія вітчизняного інформаційного простору сприяє тому, що рейтинг довіри до зовнішніх (по відношенню до підприємства) джерел інформації залишається невисоким. У порівнянні із зарубіжною практикою досі більш надійними сприймаються внутрішні данні підприємств про свою діяльність та інформація від працівників, яка фактично теж має «внутрішнє» походження.

По-друге, у вітчизняних підприємств чітко простежується низький рівень спеціальної підготовки у виробництві та професійному використанні бізнес-інформації, що підтверджується низькими оцінками значущості маркетингових досліджень та співпраці з консалтинговими установами, рейтинг довіри до яких з боку зарубіжних компаній майже на порядок вищий.



а)



б)

Умовні позначення:

- 1 — зона надзвичайно переоцінених вітчизняними підприємствами видів інформації;
- 2 — зона несуттєво переоцінених вітчизняними підприємствами видів інформації;
- 3 — зона подібної оцінки вітчизняними підприємствами видів інформації;
- 4 — зона несуттєво недооцінених вітчизняними підприємствами видів інформації;
- 5 — зона надзвичайно недооцінених вітчизняними підприємствами видів інформації.

Рис. 4. Порівняльна оцінка значущості інформації для виробничих (а) та торговельних (б) підприємств

Отже, на основі вище зазначеного, вважаємо за доцільне висунути гіпотезу про необхідність поступового зменшення інформаційної асиметричності вітчизняного бізнес-простору та підвищення інформаційної грамотності українських підприємств, а також установ та організацій, що здійснюють безпосередній або опосередкований вплив на вітчизняний бізнес. Можемо припустити, що ключовими принципами інформаційного забезпечення діяльності підприємства мають вважатися такі:

- взаємообумовленість джерел інформації для забезпечення цілісності інформаційного масиву, що використовується в стратегічному процесі компанії;

- збалансованість зовнішніх та внутрішніх джерел інформації, що сприятиме повноті та несуперечності інформаційного забезпечення функціонування та розвитку підприємства;

- правомочність інформації, що позначається на її достовірності;

- відкритість внутрішньої інформації компанії, що підвищує інформаційну прозорість та «якість» вітчизняного інформаційного середовища;

- системність інформаційних джерел, що позначається у цілеспрямованій, упорядкованій та свідомій роботі з інформацією та забезпечує її релевантність в контексті підготовки та реалізації стратегічних рішень.

Література

1. Эрроу К. Дж. К теории ценового приспособления / К. Дж. Эрроу // В кн.: Теория фирмы: Под. ред. В. М. Гальперина. — СПб.: Экон. шк., 1995 (Вехи экономической мысли; Вып. 2). — С. 432–447.
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. — СПб.: Изд-во «Питер», 1999. — 416 с.
3. Друкер Питер Ф. Задачи менеджмента в XXI веке: Уч. пос. / Пер. с англ. / Питер Ф. Друкер — М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. — 272 с.
4. 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.
5. Твердохліб М. Г. Інформаційне забезпечення менеджменту: Навч. посібник / М. Г. Твердохліб. — Вид. 2-ге, доп. та перероб. — К.: КНЕУ, 2002. — 224 с.

6. Бармаков Б. Роль інформаційного забезпечення в управлінні компанією / Б. Бармаков // Управление компанией. — 2007. — № 2.

7. Верба В. А. Інформаційне забезпечення управління розвитком компанії / В.А. Верба // Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. Вип. 22. — К.: КНЕУ, 2009. — С. 145–154.

8. Гребешков О. М. Порівняльна характеристика вітчизняної та зарубіжної практики оцінки інформаційних потреб підприємств / О.М. Гребешков // Реформування економіки України: стан та перспективи : зб. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф., 26–27 листоп. 2009 р., м. Київ. — К.: МІБО КНЕУ, 2009. — С. 54–58.

9. Small Business Information Needs. Assessment Survey. Report to Industry Canada [Електронний ресурс] // Режим доступу: [http://www.ic.gc.ca/eic/site/sbrp-rppe.nsf/vwapj/sbassessmentsurvey_e.pdf/\\$FILE/sbassessmentsurvey_e.pdf](http://www.ic.gc.ca/eic/site/sbrp-rppe.nsf/vwapj/sbassessmentsurvey_e.pdf/$FILE/sbassessmentsurvey_e.pdf)

Статтю подано до редакції 30.12.09 р.

УДК 339.874

В. О. Шпильова,
Європейський університет фінансів,
інформаційних систем, менеджменту і бізнесу

ФАКТОРИ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА РЕГІОНУ ЯК ПІДҐРУНТЯ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

У даній статті проаналізовано різні підходи до визначення і формування конкурентоспроможного регіонального середовища, досліджено фактори формування конкуренції на регіональному рівні. Представлено авторську систему факторів, яка визначає конкурентоспроможність регіону в сучасних умовах з подальшою їх конкретизацією.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: конкурентоспроможність, регіон, конкуренція конкурентоспроможність регіонального середовища.

В данной статье проанализированы разные подходы к определению и формирования конкурентоспособной региональной среды, исследованы факторы формирования конкуренции на региональном уровне. Представлена авторс-