

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Головні цілі оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства висовують два основні блока формування інформаційної системи в ринкових умовах. В першому блоці розроблюються організаційні засади інформаційної системи потенціалу підприємства, а в другому – реалізується інформаційна система оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства в умовах інформаційно-технологічного розвитку.

Організаційні засади інформаційної системи потенціалу підприємства. Інформаційні системи потенціалу підприємства входять до комунікацій, що включаються в інформаційно-комунікаційні технології і представляють нову мову спілкування сучасного ділового середовища. Перехід від індустріальної епохи до інформаційного суспільства, а також зміни в підходах до оцінки ролі інформації в політичному та економічному житті країни були передумовою для виходу інформаційно-комунікаційних технологій на якісно новий рівень, який дозволяє без значних капітальних затрат вирішувати складні економічні та інші завдання не лише на державному рівні, але й на рівні окремих підприємств [1, с.309]. Протягом останніх років спостерігається активізація процесу всебічного використання інформації як суспільного ресурсу, що забезпечує прискорення інновацій. Особливе місце в цих умовах приділяється інформаційній системі потенціалу підприємства і проблемам її організації.

На сьогодні набули поширення теорії, які визначають основи побудови інформаційного суспільства на базі всебічного використання інформації, як ресурсу, що бере участь в формуванні потенціалу суб'єктів господарювання. Зусиллями науковців НАН України розроблені концептуальні положення стратегії розбудови інформаційного суспільства і науково-методологічна база інформатизації [1, с.303]. Роль інформаційно-комунікаційних технологій в досягненні сталого розвитку визначається в працях Л.Г. Мельніка [2, с.767]. Інформаційні основи економічного потенціалу підприємства сформульовані Е.В. Лапіним [3, с.156]. Інформаційний потенціал підприємства визначається в працях В.Н. Авдеєнко [4, с.81], І. Ансоффа [5, с.432], Ю.В. Кіндзерського [2, с.34], О.С. Федоніна [7, с.19].

Основна увага в працях учених приділяється універсальним методам оцінки та ефективності використання інформаційної складової потенціалу в ринкових умовах.

Проте, існуючі методичні підходи розвитку інформаційного потенціалу в виробничих системах потребують удосконалення за правилами системного підходу на базі організаційного закону інформованості-упорядкування, що установлює: в організаційному цілому не може бути більшого порядку, ніж інформація. Упорядкованість – це характеристика системи, що відображує наявність визначеним способом установлених взаємозв'язків [8, с.69].

Інформаційна система потенціалу підприємства містить компоненти, що забезпечують повноту інформації; доступність, цілеспрямований збір і первинну обробку отриманої інформації; канали доступу для користування зібраною інформацією; своєчасне одержання інформації та її використання для прийняття управлінських рішень. Удосконалення інформаційної системи потенціалу підприємства виконується за умовами організації системи оцінки його конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність потенціалу підприємства та її оновлення передбачають зміни на мікроекономічному рівні, реструктуризацію на основі економічного розвитку. Запуск механізмів оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства цілком залежить від інформаційного потенціалу промислового виробництва, пріоритетних напрямів розвитку промисловості, спрямованих на інвестиційні стратегії впровадження у виробництво нових видів продукції. Оцінка конкурентоспроможності потенціалу підприємства породжує коло проблем, які повинні вирішуватися як економічною наукою, так і практикою господарювання. Важливою проблемою системи оцінки є організація управління *інформаційними потоками* підприємства та розвиток системи *інформаційного потенціалу*.

Організація управління інформаційними потоками полягає в передачі підприємству інформаційних продуктів і в контролі над зміною поведінки. Сутність управління інформаційними потоками міститься в тому, що системи управління направляють свої інформаційні потоки не підприємству, а в інформаційне поле. Підприємство зобов'язано самостійно знайти й придбати всі необхідні інформаційні потоки, що регламентують поведінку в ситуаціях, які визначають конкурентоспроможність потенціалу. Відсутність необхідних інформаційних потоків або їхнє неправильне тлумачення не береться до уваги. Конкуренти перебувають із підприємством в одному інформаційному полі і тому, чим більше інформаційний потенціал інформаційних потоків, тим вища його конкурентоспроможність.

Зовнішня система направляє свої інформаційні потоки для того, щоб підприємство адекватно змінювало свою поведінку. Однак це можливо, коли менеджери володіють потенціалом сприйняття відповідного інформаційного продукту.

Внутрішнє управління інформаційними потоками базується на понятті «документообіг». Успіх управлінської діяльності значною мірою залежить від того, наскільки швидко і якісно відбувається обробка документації, рух якої здійснюється за певними маршрутами від місця складання або надходження в організацію до відправлення зацікавленим організаціям або зберігання в архівах. Такий рух документів називається документообігом. Він має бути організований таким чином, щоб не було затримок і скупчень документів. Із цією метою в організаціях необхідно розробляти маршрути документів і встановлювати конкретні строки знаходження документів в кожного виконавця, а також здійснювати контроль за їхнім проходженням по всіх робочих місцях.

Використання інформаційних потоків сумісно с новими технологіями, засобами праці, професійним досвідом, організацією управління пов'язано з поліпшенням інформаційного потенціалу підприємства.

Інформаційний потенціал – це єдність організаційно-технічних та інформаційних можливостей, які забезпечують підготовку й прийняття управлінських рішень та впливають на характер виробництва через збирання, зберігання (нагромадження), обробку та поширення інформаційних ресурсів [7, с.19]. Інформаційний потенціал підприємства, на нашу думку, визначає сукупність якостей системи можливостей інформаційних ресурсів, які на основі систематичного аналізу зовнішнього середовища і процесів управління інформаційними потоками забезпечують обсяги інформації про поточний стан і передбачувані зміни та її цілеспрямований рух.

Для формування інформаційного потенціалу підприємства постійно оновлюється інформація про стан і розвиток виробничої системи. Сукупність знань, що дозволяють розпізнати певну кількість інформаційних продуктів, теж включаються до інформаційного потенціалу. Серед важливіших видів ресурсів, що входять до інформаційного потенціалу, необхідно виділити такі інформаційні джерела: 1) внутрішні інформаційні джерела: бухгалтерська і статистична звітність, результати діяльності підрозділів, коло ділового спілкування підприємства; 2) звіти урядових структур, комерційних організацій, публікації, періодичні видання по різних галузях знань, збірники статистичної звітності; 3) джерела підприємств, постачальників ресурсів, покупців, підприємств-конкурентів, рекламних кампаній, засобів масової інформації; 4) джерела зовнішнього середовища, спеціалізованих підприємств, банків, транспортних організацій.

Важливою проблемою використання інформаційного потенціалу для нового підприємства є висока гранична ціна входження в галузь. У зв'язку з цим стає ефективним використання сучасних маркетингових технологій, які забезпечують «входження в коло потенційних клієнтів» і збір рентабельної інформації. Інформаційний потенціал нового підприємства засновується на реалізації важливіших видів резервів:

1) створенні внутрішньовиробничих інформаційно-технологічних ділянок, що опрацьовують інформацію і пропонують її для внутрішнього користування, доводячи тим самим рентабельність свого існування;

2) організації дочірніх підприємств, які будуть займатися збором і обробкою інформації, як для материнської компанії, так і для замовників, що значно збільшить рентабельність компанії.

Стійкість системи інформаційного потенціалу забезпечується завдяки новим інформаційним технологіям упорядкування інформації і виготовлення продукту інтелектуальної діяльності найбільш кваліфікованими, творчими й активними працівниками. За новими технологіями підприємства одержують інформацію, що істотно підвищує їх інформаційний потенціал в ринкових умовах конкурентного середовища. Нові технології включаються в процеси модернізації промисловості в умовах науково-технічного прогресу, містять наукові знання в новій економіці, відомості про винаходи, технічні новини та

їх використання, що забезпечує високий рівень конкурентоспроможності потенціалу підприємства. Нові технології впливають на виробничі процеси і програмно-технічні засоби, що необхідні для збору, обробки, відображення, зберігання, розповсюдження та використанню інформації.

Інформація є основою для підготовки доповідей, звітів, пропозицій в умовах прийняття управлінських рішень, на яких засновується управлінська діяльність. Інформація приймає форму інформаційним забезпечення, коли є зібраною, систематизованою й перетвореною у придатну для використання компоненту і відіграє в управлінні виняткову роль.

Оскільки управлінський процес не може функціонувати без прийняття управлінських рішень, то й інформаційний потенціал не може існувати, якщо не створити ефективний механізм збору, обробки, передачі й використання інформації. Інформація потрібна управлінським структурам, колективам підприємств, громадським організаціям, тобто, усім, хто працює. Неможливо спиратися тільки на інтуїцію, на власний життєвий і практичний досвід, необхідно одержувати й освоювати інформацію, що допомагає оперативно вирішувати проблеми, які виникають.

Інформація – це упорядковані інформаційні ресурси інформаційного потенціалу і один з центральних ресурсів потенціалу підприємства. Наукова, технічна та економічна інформація визначається в нематеріальних ресурсах підприємства. В сучасних уявленнях інформація відноситься до ресурсів, що забезпечує інформатизацію економіки, прискорення інноваційних процесів, демократизацію та інтелектуалізацію суспільства. В сучасній практиці відбувається широка інформатизація всіх сфер життєдіяльності підприємств, що принципово змінює інформаційну систему їх потенціалу.

На світовому ринку інформацію поділяють на окремі інформаційні сектори, характерні й для підприємства: діловий, економічний, статистичний, комерційний, юридичний, сервісний, інформації для фахівців, технічних та програмних продуктів, стратегічний.

Діловий сектор інформації визначає: біржова, фінансова, економічна, статистична, комерційна інформація. До біржової та фінансової інформації належать відомості про котирування цінних паперів, валютних курсів, дисконтних ставок, інформація про ринки товарів, капіталу, інвестиції, ціни. Джерелами ділової інформації є біржі й обслуговуючі їх спеціальні служби. Комерційну цінність ділової інформації характеризує її повнота, точність і оперативність.

Економічний і статистичний сектор визначає інформація, що надається органами управління й статистики у вигляді динамічних рядів, звітів, оцінок і прогнозів. Особливе значення економічної і статистичної інформації має її доступність споживачам.

Комерційний сектор інформації визначає інформацію щодо адресних та реквізитних даних галузей економіки, підприємств і напрямків їх діяльності, номенклатури продукції та ринкових цін. Джерелами комерційної інформації є державні й недержавні організації. Багато добірок комерційної інформації

запропоновано, як самостійні продукти, на ринку, що, на наш погляд, є лише вторинною переробкою такої інформації.

Юридичний сектор визначає інформацію щодо законодавчих, відомчих документів, аспектів господарської зовнішньоекономічної, торговельної, банківської, біржової, ліцензійної діяльності й захисту авторських прав.

Сервісний сектор призначається для інформаційного обслуговування особистих потреб населення щодо новин, які цікавлять представників різних соціальних груп.

Сектор інформації для фахівців відрізняється від ділової й юридичної інформації тим, що призначається не для підприємницької та комерційної діяльності, а для професіоналів та спеціалістів.

Сектор технічних й програмних продуктів визначається ефективністю процесів автоматизації та комп'ютеризації виробничого й управлінського процесу діяльності й впритул приєднуються до всіх секторів інформації.

Сектор стратегічної інформації визначає упорядковану інформацію управлінських рішень за умовами проходження через відкриті зовнішні інформаційні фільтри, які охоплюють різноманітність та багатофакторність зовнішнього середовища. Якщо інформаційні фільтри відсіюють дані, які отримує підприємство, то інформація відображується в перекрученому та спрощеному вигляді [5, с.403].

До сектору інформації в масштабах глобальної економіки відносяться нові інформаційні технології - це CALS-технології (computer aided lifecycles support). CALS-технології допомагають організувати процеси з управління якістю на стадіях життєвого циклу продукції, починаючи зі стратегічного маркетингу і закінчуючи утилізацією; дозволяють менеджерам підвищити продуктивність праці, зменшити витрати й підвищити якість управління. Предметом CALS-технологій є «без паперова» технологія взаємодії між організаціями та форматом роботи з відповідними даними. Нові інформаційні технології виступають на сьогодні як один з першорядних ресурсів, значення яких не менш, ніж значення інших видів ресурсів. До речі, використання останніх значною мірою залежить від стану й використання інформації.

В умовах конкурентного тиску збільшується вагомість інформації в формуванні конкурентоспроможності потенціалу підприємства, якому вже недостатньо виробляти продукцію, щоб задовольняти вимоги споживачів. Особливої уваги у такому разі потребує упорядкування інформації стосовно оцінки конкурентного ринку та розвиток комунікаційної діяльності. Проте, слід зауважити, що інформація – це реальна складова інформаційної системи потенціалу підприємства, у той час, як відомості визначаються частковою інформованістю. При обставинах повної інформованості відомості та вихідні дані переходять в категорію інформації.

Відомий російський економіст, академік Б.П.Івченко дійшов висновку, що основою економіки є інформація та її кількісні, якісні потоки у мікро- та макропроцесах суспільних структур. На основі інформаційно-математичного підходу, що на сучасному етапі розвитку науки є найбільш оптимальним, йому вдалося створити моделі інформаційної мікроекономіки, та екології, що

дозволяють аналізувати закономірності інформаційних процесів і прогнозувати інформаціологічні проблеми менеджменту, маркетингу та навколишнього середовища [9, с.476]. Таким чином визначається, що спільно інформація та комунікаційні системи визначають єдність інформаційного потенціалу, організаційно-технічних і екологічних процесів підприємства, становлять важливіший фактор сучасного виробництва.

В умовах інформаційного і технологічного розвитку інформаційний потенціал підприємства є більш широким за своїм значенням поняттям, ніж поняття інформаційне забезпечення. Інформаційне забезпечення включається в систему інформаційного потенціалу в процесі обміну інформацією, а також відноситься до комунікаційної діяльності. В інформаційному забезпеченні системи оцінки інформаційного потенціалу підприємства в ринкових умовах поєднуються потоки інформації, інформаційна база і технології переробки інформації. Система інформаційного потенціалу підприємства побудована в умовах упорядкування єдиного інформаційного простору і представлена на (див. рис. 1).

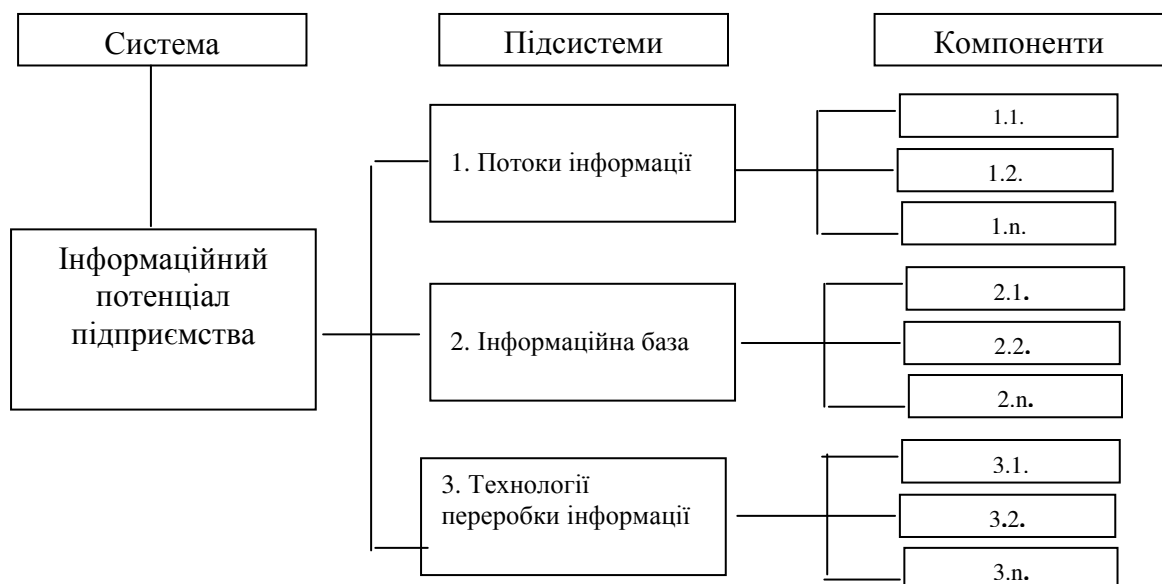


Рис.1. Система інформаційного потенціалу підприємства

Потоки інформації характеризують цілеспрямований рух інформації з моменту її виникнення до використання та зберігання в технологіях переробки. Раціоналізація потоків інформації має мету виключити дублювання інформації, скоротити шлях її проходження і, тим самим, забезпечити обмін інформацією в технологіях оцінки. Інформаційні потоки характеризуються джерелами, споживачами, регламентом передавання та обсягом інформації. Джерела і споживачі інформації забезпечують її адресність. Режими передавання інформації регламентують інформацію за такими ознаками: по запитанню, примусову, річну, квартальну, місячну, добову. Обсяги інформації представляють кількісну характеристику

інформаційного потенціалу підприємства, визначаються в умовних одиницях інформаційної завантаженості в технологіях переробки.

Інформаційна база в складі інформаційного потенціалу підприємства є організованим масивом інформації, що упорядкована за окремими ознаками, використовується в технологіях її переробки. Головною метою організації інформаційної бази стає упорядкування оцінки та підвищення ефективності технологій переробки інформації за рахунок правильного розподілення інформації за етапами оцінки відповідно характеру поставлених завдань.

Технології переробки інформації включаються до інформаційного потенціалу. За метою оцінки інформаційного потенціалу підприємства визначається перелік механізованих і автоматизованих операцій, технологій, методів оцінки результативних показників, формується документообіг.

Таким чином, перетворення потоків інформації, інформаційної бази і технологій переробки інформації в інформаційний потенціал підприємства дозволяє визначити *продукт інтелектуальної діяльності*, що виробляється найбільш кваліфікованою, творчою і активною частиною працівників.

Організація інформаційного потенціалу підприємства є багатоаспектною проблемою, що вирішується на засадах системного підходу. Інформаційний потенціал підприємства характеризує система знань, інформації та зв'язків між ними. Інформаційний потенціал не виснажується, а збільшується, якісно вдосконалює інформаційну систему оцінки його конкурентоспроможності в умовах ефективного виробництва і інформаційного розвитку.

Інформаційна система оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства переробної галузі. Залучення іноземних інвестицій у процес модернізації економіки підприємств переробної галузі – важливий чинник активізації інвестицій за умов формування корпоративного потенціалу, без якого процеси адаптації до ринків інших країн практично нереальні.

Тенденції інвестиційних процесів на підприємствах переробної галузі визначають необхідність подальшого економічного обґрунтування конкурентоспроможності потенціалу суб'єктів інвестиційної діяльності - реципієнтів інвестицій. Теоретичний і практичний інтерес викликають питання інформаційної системи оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства переробної галузі, в якій зацікавлені інвестори, управлінці та виробники. За умов модернізації галузей промисловості необхідними стали дослідження оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства, як інформаційної системи з зовнішнім оточенням і внутрішньою структурою.

Результати досліджень учених та економістів з проблем формування конкурентоспроможності представлені в багатьох наукових працях, в яких визначаються фактори та рушійні сили досягнення успіху на конкурентному ринку. Проблеми оцінки конкурентоспроможності суб'єктів господарювання протягом останніх десятиліть знаходились у сфері наукових інтересів таких вітчизняних і зарубіжних вчених Г.Л. Азоєва, А.Є. Воронкової, Ф. Котлера, М. Портера, І.М. Репіної, М.І. Романа, Р.А. Фатхутдинова, Г. Фоксола, Р. Голдсмита, С. Брауна, Л.М. Чайникової [10–18]. Але, недостатність розв'язання сучасної проблем інформаційної системи оцінки конкуренто-

спроможності потенціалу підприємств переробної галузі в умовах інформаційно-технологічного розвитку викликає дедалі необхідність подальшого наукового дослідження.

Інформаційна система оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства переробної галузі необхідна для обґрунтування господарських рішень щодо підвищення ефективності виробничого процесу. Протягом останніх років на підприємствах переробної галузі в Україні спостерігається активізація процесу всебічного використання інформації як суспільного ресурсу, що забезпечує прискорення інновацій. Отже, чітко намітилася основна світова тенденція формування сучасного суспільства – перехід від сировинної та індустріальної економіки до економіки знань, яка базується на інтелектуальних ресурсах, наукомістких та інформаційних технологіях [19, с.55]. Інновації, інформаційні технології в виробничих системах надають інформації значення, як важливому засобу, так і предмету праці, що потребує її перетворення, обробки, зберігання, передавання та споживання в ході виробничо-господарської діяльності підприємства переробної галузі.

В інформаційній системі оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства переробної галузі використовуються наступні види інформації про:

- зовнішнє середовище і конкурентів підприємства;
- методичні та практичні підходи, принципи, моделі, що вживані конкурентами;
- динаміку життєвого циклу підприємства;
- конкурентні переваги і слабкості;
- організаційно-технічний рівень підприємства;
- фінансовий стан підприємства;
- персонал підприємства;
- якість управління підприємством;
- рівень конкурентоспроможності організації.

Підприємства переробної галузі застосовують нові технології для вдосконалення управління конкурентоспроможністю свого потенціалу. В результаті змінюється організаційна структура компанії, розробляються нові організаційні взаємозв'язки, які раніше економічно були неможливі. В корені змінюється організація інформаційного потенціалу керівника. Особливого значення набуває масове впровадження комп'ютерної техніки, як складової частин інформаційної системи оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства переробної галузі, що спілкується з світовою мережею банків даних. Робота з інформацією здійснюється зручними інтерфейсами, що не вимагають спеціальної підготовки. Істотно змінюється техніка зберігання і обробки інформації. Автоматизуються системи прийняття, впорядкування, зберігання, передачі інформації, в яких підтримується чистота інформаційних каналів і виключається недостовірність, дублювання інформації, введення інформації, що розрахована на інші рівні управління.

На підприємствах переробної галузі автоматизовані окремі функції керівника. Виросла кількість ефективно функціонуючих автоматизованих

систем, що охоплюють виробництво, господарську діяльність, організаційно-технологічні процеси. Все більше частина роботи при складанні планів передається комп'ютеру, узгоджуються плани корпоративного управління. Удосконалюються системи управлінського контролю, у тому числі, що дають можливість виявити відхилення від запланованого рівня і, що забезпечують виявлення причин виникнення таких відхилень. Істотно змінюються засоби комунікацій через мережу мікропроцесорів.

Особливого значення на підприємствах переробної галузі набуває система телевізійних комунікацій, яка дає можливість проведення нарад, конференцій, оперативної передачі інформації. Відповідно змінюються методи і техніка комунікаційних стосунків керівників з підлеглими і органами корпоративного управління.

Автоматизований офіс використовується в компанії «Dyckerhoff AG», що є членом Групи Buzzi Unicem і пред'являє нові вимоги до ділових якостей керівника, серед яких відокремлені такі: уміння і навички користуватися складною технікою корпоративного управління, визначати стратегію розвитку системи, керувати колективом, мотивувати і направляти діяльність працівників. Особливе місце в організації автоматизованого офісу займає уміння керівника оперативно реагувати на виникнення проблемних ситуацій, обґрунтовувати господарські рішення, своєчасно доводити їх до виконавців. Творчий підхід до вирішення управлінських завдань, розвиток стратегічного мислення керівників компанії передбачають використання можливостей автоматизованих офісів в умовах нових інформаційних технологій.

В умовах використання нових інформаційних технологій головна увага приділяється власне корпоративним методам управління, а не комп'ютерним і математичним алгоритмам. У системі автоматизованого офісу важливе значення надається фактору «вміння управляти», поліпшенню стилю управління керівника і стратегічного мислення. Формується набір методів навчання роботі з новими інформаційними технологіями, який передбачає використання модульних програм, реалізованих на мікропроцесорах, мережі для передачі інформації про нові методи, засоби і техніку корпоративного управління. Проводяться заняття через систему телевізійних комунікацій, застосовуються засоби масової інформації з метою мотивації саморозвитку керівників і фахівців, вирішення деяких інформаційних завдань навчання, реклами нових методів і засобів, техніки управління.

Впровадження мікрокомп'ютерів на підприємстві компанії «Dyckerhoff AG» привела до зміни технічного оснащення корпоративного управління і офісу нового типу – «електронного офісу». Винахід мікропроцесора в такій мірі зменшує вартість електронних обчислень, внаслідок чого його використання доцільно в найширших сферах. Відмінною рисою переходу до «електронного офісу» є можливість використовувати техніку для обробки інформації. Комп'ютер змінює зміст інформації, що поступає, відповідно до складного набору процедур, тобто програми. Вона може матеріалізувати деякі з видів діяльності, практичних навичок працівників, тобто фахівців, управлінського персоналу і керівників. Завдяки інформаційним мережам, що

відображаються в «електронному офісі», підприємство має можливість миттєво дізнаватися про стан попиту і пропозиції, орієнтуватися на ринку сировини, праці, інновацій. Таким чином, на підприємстві звільняються від витрат на додатковий персонал, зайнятий в проміжних ланках, від витрат на виправлення розрахунків, неминучих через відсутність необхідних даних. Комп'ютери, інформаційні мережі, системи зв'язку безпосередньо впливають на інтеграцію основних і обслуговуючих процесів в підрозділах підприємства переробної галузі і підвищення конкурентоспроможності його потенціалу.

Використання інформаційних технологій на підприємствах переробної галузі дозволяє оперативно отримувати інформацію, використовувати її в процесі управління і викликає організаційні зміни, зокрема:

- 1) скорочується бюрократичний апарат;
- 2) переглядаються традиційні механізми корпоративного управління;
- 3) відкриваються можливості фінансових ринків та інвестування;
- 4) зміцнюється згуртованість персоналу.

З Інтернетом пов'язана доступність знань та залучення до культурних цінностей. У найбільшій мірі інформаційну економіку уособлюють інновації і знання. Інформаційна система оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства переробної галузі у все більшій мірі залежить від здатності менеджерів контролювати інформацію, маніпулювати нею, націлювати персонал на найбільш ефективне використання інформаційного потенціалу.

Така інформаційна система ґрунтується на використанні інформаційних технологій, розробляється за методологією дослідження об'єктів як системи, характеризується зовнішнім оточенням та внутрішньою структурою (рис.2).

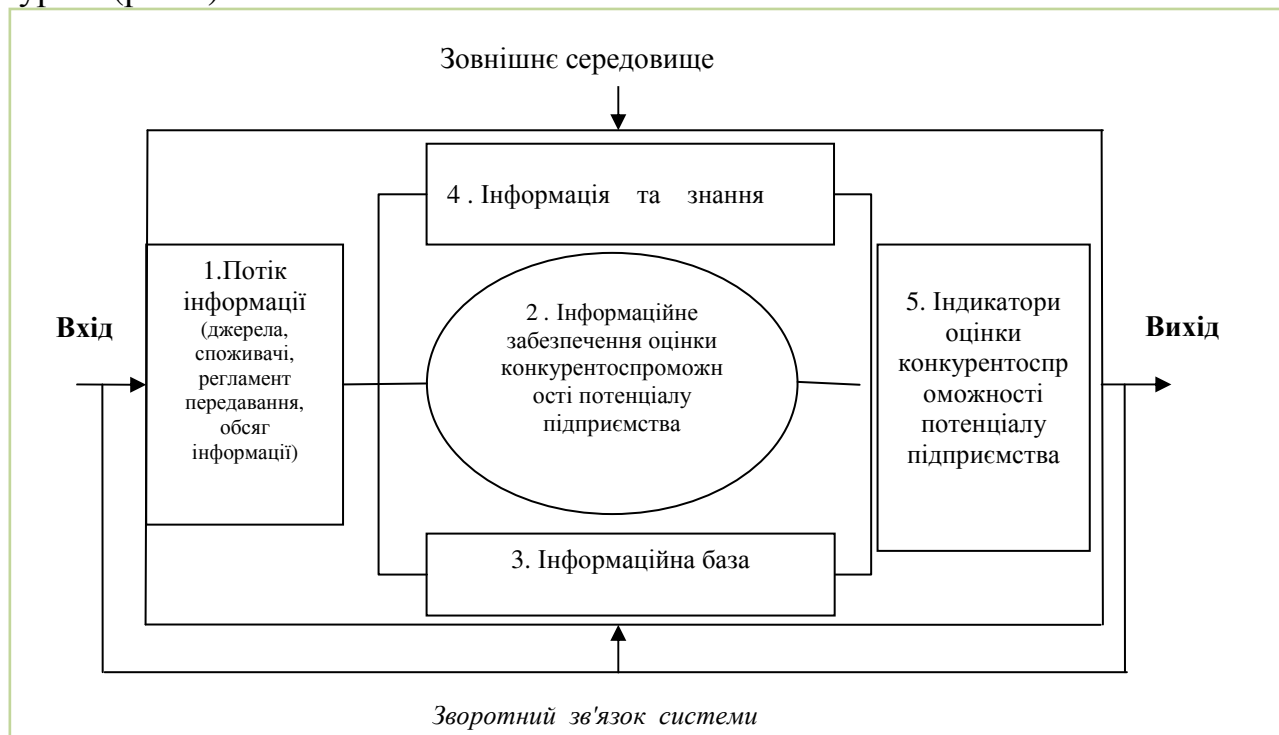


Рис. 2. Інформаційна система оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства переробної галузі

До зовнішнього оточення інформаційної системи віднесені «вхід», «вихід», зовнішнє середовище та зворотний зв'язок системи. Внутрішня структура інформаційної системи визначається сукупністю упорядкованих компонентів системи.

«Вхід» інформаційної системи забезпечує потік інформації: джерела, споживачі, регламент передавання та обсяг.

«Вихід» інформаційної системи визначається завдяки розрахунку індикаторів оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства.

До «зовнішнього середовища» інформаційної системи відносяться фактори макросередовища, які впливають на конкурентоспроможність згідно з галузевими особливостями, масштабами та типом виробництва.

Зворотний зв'язок інформаційної системи визначає комунікаційний канал взаємозв'язку підсистеми індикаторів оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства і підсистеми потік інформації.

Перший компонент інформаційної системи - «потік інформації» визначає упорядковану інформацію. Суб'єктами обробки інформації, в даному випадку, може бути людина, обчислювальна машина чи інший технічний пристрій.

Другий компонент інформаційної системи - «інформаційне забезпечення оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства» збільшує продуктивність фізичної та розумової праці.

Третій компонент інформаційної системи «інформаційна база» підвищує якість планів, розроблених на основі комп'ютерних технологій в управлінському обліку.

Четвертий компонент інформаційної системи - «інформація та знання» базується на наукомістких та інформаційних технологіях.

П'ятий компонент інформаційної системи – «індикатори оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства» використовується в методиках оцінки інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання на конкурентному ринку в умовах корпоративного управління.

Побудова інформаційної системи оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства переробної галузі є багатоаспектним явищем і викликає певні проблеми в дослідженні цього процесу. До вирішення даних проблем необхідно застосування системного підходу, що можливо на основі теорії систем і системного аналізу. Методичний підхід до побудови системи оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства переробної галузі визначає методичний інструментарій оцінки відповідних індикаторів оцінки.

Конкурентоспроможність потенціалу підприємства переробної галузі представлена як порівняльна характеристика, що відображає рівень переваги індикаторів його оцінки відносно аналогічних індикаторів конкурентних підприємств в умовах ринку.

Таким чином, за умов ринкової економіки зростає роль інформаційної системи потенціалу підприємства, що документально підтверджено в Законі України «Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на

2007-2015 роки» [20, с.102]. Відмінна риса нової економіки визначається створенням і використанням інформації та економіки знань, втілених у нематеріальних ресурсах, що мають бути перетворені в нематеріальні активи підприємства для здобуття конкурентних переваг в період інтенсивного інформаційно-технологічного розвитку суспільства.

Знання стали важливим інформаційним ресурсом підприємства в умовах сучасного економічного простору. Знання визначають інформацію, яку індивід або організація можуть трансформувати в дії та будувати на її основі своє бачення майбутнього.

Інформація і знання сукупно стали компонентами інформаційної системи оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства, що побудована за методологією дослідження об'єктів як системи, характеризується зовнішнім оточенням та внутрішньою структурою.

Інформаційна система оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства переробної галузі розроблена з використанням організаційних засад інформаційної системи потенціалу підприємства, що розроблені для прийняття управлінських рішень в умовах нової економіки. Удосконалення інформаційної системи потенціалу підприємства виконується за умовами організації системи оцінки його конкурентоспроможності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Стратегічні виклики XXI століття суспільству та економіці України: В 3 т./За ред. акад. НАН України В.М. Гейця, акад. НАН України В.П. Семиноженка, чл. – кор. НАН України Б.Є. Кваснюка. – Т.2: Інноваційно-технологічний розвиток економіки.-К.: Фенікс, 2007.- 564с.
2. Социально-экономический потенциал устойчивого развития: Учебник/ Под. ред. проф. Л.Г. Мельника (Украина) и проф. Л. Хенса (Бельгия). – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2007. – 1120с.
3. Экономический потенциал административных и производственных систем: Монография / под общей ред. О.Ф. Балацкого. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2006. – 973 с.
4. Авдеенко В.Н., Котлов В.А. Производственный потенциал промышленного предприятия. В.Н. Авдеенко, В.А. Котлов. – М.: Экономика, 1989. – 240 с.
5. Ансофф И. Стратегическое управление: Сокр. Пер. с англ./ Науч. Ред. и автор предисловия Л.И. Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 519с.
6. Промисловий потенціал України: проблеми та перспективи структурно-інноваційних трансформацій / За ред. Ю.В. Кіндзерського. – К.: Інститут економіки та прогнозування НАН України, 2007.-408 с.
7. Федонін О.С., Репіна І.М., Олексюк О.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2004.-316с.
8. Фатхутдинов Р.А. Организация производства: Ученик. – М.: ИНФРА-М, 2010.-544с.

9. Стратегічні виклики ХХІ століття суспільству та економіці України: В 3 т./ За ред. акад. НАН України В.М. Гейця, акад. НАН України В.П. Семиноженка, чл.-кор. НАН України Б.Є. Кваснюка.–Т.1.:Економіка знань – модернізаційний проект України. – К.: Фенікс, 2007. – 554 с.
10. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.Л. Челенков. – М.: ОАО «Типография «Новости», 2000. – 256 с.
11. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом: диагностика и организация: Монография. – 2-е изд., стереот.- Луганск: изд-во Восточноукраинского национального университета имени Владимира Даля, 2004. – 320 с.
12. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент / пер. С англ. СПб.: Питер, 1999 – 433 с.
13. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отрасли и конкурентов / пер. С англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005 – 328с.
14. Репіна І.М. Визначення конкурентоспроможності потенціалу підприємства / Стратегія економічного розвитку України: Наук. зб. – Вип.4 (11) / Голов. ред. О.П. Степанов. – К.: КНЕУ, 2002. – с.114 -117.
15. Роман М.И. Научные основы управления конкурентоспособностью. Учеб. - метод. пособие. Владимир, 2001. – с. 294.
16. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учеб./ Р.А. Фатхутдинов, 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Маркет ДС, 2008. – 432.
17. Фоксол Г., Голдсмит Р., Браун С. Психология потребителя в маркетинге / Пер. с англ. под ред. И.В. Андреевой. – СПб: Питер, 2001. – 364 с.
18. Чайникова, Л.Н., Чайников В.Н. Конкурентоспособность предприятия: учеб. пособие – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007.- 397 с.
19. Федулова Л.І. Економіка знань: підруч. [для студ. навч. закл.] / Любов Іванівна Федулова; НАН України; Інститут економ. та прогнозування НАН України. – К.: 2009. – 600 с.
20. Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки: Закон України від 9 січня 2007 року, № 537 – У // відомості Верховної ради України (ВВР) – 2007. – № 12.