

2. Dosi G. Technological change and industrial transformation. – Macmillan, 1984.

3. Perez C. Technological revolutions and Financial Capital. The Dynamics of Bubbles and Golden Ages. – Ed. Elgar Pbl., 2002.

4. Mensch G. Stalemate in technology: Innovations overcome the depression. – Ballinger. Cambridge (Massachusetts), 1979.

5. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ-ВШЭ, 2000.

6. Сухарев О. Эволюционная экономика в шumpетерианском прочтении / О. Сухарев // Вопросы экономики. – 2003. – № 11. – С. 41.

7. Carlsson B., Jacobsson S., Holm m M., Rickne A. Innovation systems: analytical and methodological issues. Research Policy, v. 21, 2002, pp. 233-245.

8. Cooke P., Uranga M. G., Etxebarria G. Regional innovation systems: institutional and organizational dimensions. Research Policy, v. 26, № 4/5, 1997, pp. 475–491.

9. Carlsson B., Jacobsson S., Holm m M., Rickne A. Innovation systems: analytical and methodological issues. Research Policy, v. 21, 2002, pp. 233-245.

10. Основы долгосрочной стратегии глобального устойчивого развития на базе партнерства цивилизаций. Доклад Международного коллектива ученых к Конференции ООН по устойчивому развитию РИО+20 (проект). Под редакцией Юрия Яковца. – М.: МИСК, 2011. – 49 с.

References

1. Freeman C. The Economics of industrial innovation. – The MIT Press. Cambridge (Massachusetts), 1982; Freeman C. Technology Policy and Economic Performance. Lessons from

Japan. – N.Y., 1987.

2. Dosi G. Technological change and industrial transformation. – Macmillan, 1984.

3. Perez C. Technological revolutions and Financial Capital. The Dynamics of Bubbles and Golden Ages. – Ed. Elgar Pbl., 2002.

4. Mensch G. Stalemate in technology: Innovations overcome the depression. – Ballinger. Cambridge (Massachusetts), 1979.

5. Kastels M. Informationsnaya epoha: ekonomika, obschestvo i kultura. M.: GU-VShE, 2000.

6. Suharev O. Evolyutsionnaya ekonomika v shumpeterianskom prochtenii / O.Suharev // Voprosyi ekonomiki. – 2003. – # 11. – p. 41.

7. Carlsson B., Jacobsson S., Holm m M., Rickne A. Innovation systems: analytical and methodological issues. Research Policy, v. 21, 2002, pp. 233-245.

8. Cooke P., Uranga M.G., Etxebarria G. Regional innovation systems: institutional and organizational dimensions. Research Policy, v. 26, # 4/5, 1997, pp. 475–491.

9. Carlsson B., Jacobsson S., Holm m M., Rickne A. Innovation systems: analytical and methodological issues. Research Policy, v. 21, 2002, pp. 233-245.

10. Osnovyi dolgosrochnoy strategii globalnogo ustoychivogo razvitiya na baze partnerstva tsivilizatsiy. Doklad Mezhdunarodnogo kollektiva uchenyih k Konferentsii OON po ustoychivomu razvitiyu RIO 20 (proekt). Pod redaktsiyey Yuriya Yakovtsa. – M.: MISK, 2011. – 49 p.

ВИДИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ THE TYPES OF INFOWARE OF ENTERPRISE MANAGEMENT

Христенко О.В., асистент кафедри менеджменту і адміністрування Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка, м. Полтава, Україна, Дяченко А.Г., студент 4-го курсу Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка, м. Полтава, Україна

Христенко Е.В., ассистент кафедры менеджмента и администрирования Полтавского национального технического университета имени Юрия Кондратюка, г. Полтава, Украина, Дяченко А.Г., студент 4-го курса Полтавского национального технического университета имени Юрия Кондратюка, г. Полтава, Украина

Khrystenko O.V, assistant, department of management and administration of the Poltava National Technical Yuri Kondratyuk University, Poltava, Ukraine, Diachenko A.G., 4th year student of Poltava National Technical Yuri Kondratyuk University, Poltava, Ukraine

Анотація

Досліджено інформаційне забезпечення підприємстві як важливої умови прийняття ефективних управлінських рішень. Розглянуто види інформаційного забезпечення процесу управління підприємством.

Аннотація

Исследовано інформаційне забезпечення підприємства як одне з важливіших умов прийняття ефективних управлінських рішень. Розглянуті види інформаційного забезпечення процесу управління підприємством.

Abstract

The infoware of enterprise as an important condition for effective management decisions has been researched. Kinds of dataware of a management process have been explored.

Ключові слова: види інформації, джерело інформації, інформація, інформаційне забезпечення, управління підприємством, управлінська інформація, форма відображення інформації.

Keywords: types of information, source of information, information, dataware, enterprise management, management information, a form of information display.

Ключевые слова: виды информации, источник информации, информация, информационное обеспечение, управление предприятием, управленческая информация, форма отображения информации.

Явлення реального мира и процессы, происходящие в общественном производстве, объективно отражаются с помощью информации, потоки которой реально существуют наряду с потоками рабочей силы, материалов и орудий труда. Подобно веществу и энергии, информацию можно создать, обрабатывать, хранить, передавать, использовать.

Информация (англ. information) означает толкование, сообщение, разъяснение, изложение.

В теории управления к информации относят такие сигналы (сведения, сообщения), которые несут знания, уменьшают неопределенность. Если сообщение или его часть для данного получателя не является информацией, то оно называется шумом. Сообщение превращается в шум, если передается тому, кто об этом знает (познавательный шум), или если в таких сведениях нет необходимости (кибернетический шум). В экономической литературе используют также понятие «метаинформация», под которым понимают информацию, производную от той, которую непосредственно получают.

Существуют различные виды управленческой информации, которые используются в процессах управления. Процесс управления можно классифицировать как преобразование первичных сведений (входные данные) в управленческую информацию, необходимую для принятия решений. В процессах управления различают информационные процессы управления, в которых управленческая информация исполняет роль предмета труда – это первичная информация, и продукта труда – это результативная, или обработанная информация. Подход к управленческой информации с позиций кибернетики утверждает, что процесс управления можно квалифицировать как преобразование

первичных сведений (входных данных) на управленческую информацию, необходимую для разработки и принятия решений, направленных на обеспечение функционирования системы управления и её оптимальное развитие [1].

Сложность производственных и финансово-хозяйственных процессов, увеличение их количества и усложнение связей между ними, многогранность участников рынка и разнообразие их интересов обусловили резкое повышение спроса на информацию как на макро-, так и на микроуровне. Вид информации влияет на классификацию информационного обеспечения (табл. 1) [2].

На предприятии существуют следующие уровни: эксплуатационный, уровень знаний, тактический, стратегический, а также функциональные подсистемы: продажи и маркетинга, производства, финансов, бухгалтерского учета, управления персоналом.

Как следствие в соответствии с уровнями управления выделяют:

на стратегическом – системы поддержки выполнения решений (Executive Support Systems (ESS));

на управленческом – информационные системы управления (Management Information Systems (MIS)), системы поддержки принятия решений (Decision Support Systems (DSS));

на уровне знаний – системы знания (Knowledge Work Systems (KWS)), системы автоматизации делопроизводства (Office Automation Systems (OAS));

на эксплуатационном – системы диалоговой обработки запросов (Transaction Processing Systems (TPS)).

Информационное обеспечение экономического анализа содержит все виды информации, а также программное обеспечение для её систематизации, обработки, аналитических расчетов и построения графиков. При этом в информационном обеспечении внешнего

анализа главное место занимает бухгалтерская отчетность и нормативно-правовая информация; во внутреннем – данные всех видов учета и планово-нормативная информация.

Среди наиболее важных видов источников управленческой информации в любой организации можно выделить:

- источники внутри самой организации: специализированные группы сотрудников, деятельность специализированных групп сотрудников, периодические отчеты, различные информационные связи;

- опубликованные источники, то есть такие, как: отчеты правительственных агентств, отчеты торговых организаций, научные

публикации, торговые журналы, справочники и списки, общие публикации;

- законодательство, постановления правительства, распоряжения министерств и ведомств;

- другие источники: поставщики, рекламные агентства и средства массовой информации, заказчики (включая дилеров и оптовиков), конкуренты;

- фирмы, занимающиеся исследованиями в области маркетинга;

- другие специализированные агентства, такие как: служба газетных вырезок, служба проверки рекламы, служба кредита и т.д.

Таблица 1 - Классификация информационного обеспечения

Классификационный признак	Вид информации
1. В зависимости от среды	1.1. Внешняя информация 1.2. Внутренняя информация
2. В зависимости от использования	2.1. Первичная информация 2.2. Вторичная информация (т.е. ранее сформирована, полученная)
3. В зависимости от источника поступления	3.1. Нормативная или стандартная информация 3.2. Плановая информация 3.3. Учетная и отчетная информация 3.4. Внеучетная информация 3.5. Справочная информация 3.6. Исследовательская информация
4. В зависимости от формы представления	4.1. Качественная информация (модели, методики анализа, описание) 4.2. Количественная информация (в аналитических таблицах) 4.3. Графическая информация (блок-схемы, диаграммы, структурограммы, графики и др.).
5. В зависимости от этапа анализа	5.1. Выходные данные 5.2. Промежуточная аналитическая информация 5.3. Результативная или итоговая информация
6. В зависимости от уровня управления	6.1. Макроэкономическая информация: о состоянии национальной экономики; области; региона 6.2. Микроэкономическая информация: о деятельности предприятий (объединений) и их структурных подразделений 6.3. Информация о состоянии низовых уровней управления: рабочих мест, производственных участков, цехов, дочерних предприятий, филиалов
7. В зависимости от вероятности	7.1. Точная информация 7.2. Приблизительная (ориентировочная) информация 7.3. Неточная информация, подлежащая проверке
8. В зависимости от статуса источника поступления информации	8.1. Официальная информация 8.2. Неофициальная информация: слухи, оценки независимых аналитических центров или экспертов
9. В зависимости от полезности	9.1. Абсолютно необходимая информация 9.2. Достаточная информация 9.3. Лишняя (не нужна) информация
10. В зависимости от степени охвата	10.1. Открытая информация 10.2. Закрытая информация, т.е. объект коммерческой тайны
11. В зависимости от времени оценки	11.1. Прошлая информация 11.2. Будущая, перспективная информация 11.3. Текущая информация 11.4. Оперативная информация
12. В зависимости от постоянства	12.1. Условно-постоянная информация 12.2. Переменная информация

В большинстве организаций значительную часть информации, используемой в менеджменте, обеспечивают внутренние источники. Специализированная группа работников, которая занята полностью или частично информационным обеспечением. Она может включать такие отделы, как маркетинговых исследований, анализа продаж, планирования, экономического анализа, исследования операций и системного анализа.

Кроме создания подобных специализированных групп, каждая организация практикует регулярные отчеты линейных руководителей и служащих.

Опубликованные источники поставляют разнообразную информацию по многим вопросам, которые относятся к менеджменту, например: демографические характеристики населения, экономические условия, технологии производства, продажи, правовые и нормативные акты и т.д. Объем и надежность такой информации существенно отличаются по отраслям и странам мира [3].

Другие организации способны поставлять полезную информацию организациям, с которыми они работают по соответствующим соглашениям, стремясь продать товары или предоставить услуги. Рекламные агентства и средства массовой информации регулярно информируют рекламодателя: первые – как часть своих услуг, а последние желая продать «время и место». Покупатели, особенно дилеры и оптовики, часто способны поставлять чрезвычайно полезную информацию об особенностях изготавливаемого товара, проблемах относительно упаковки или обслуживания, а также относительно действий конкурентов. Даже конкуренты обеспечивают друг друга информацией, несмотря на существование строгих законодательных ограничений на виды информации, которой можно обмениваться без риска наказания за тайный заговор.

В настоящее время, всё большая доля информации поставляется организациями, которые специализируются на сборе и анализе информации, предлагают ее любому заказчику в виде стандартизированного продукта, либо строго по заказу.

В текущем режиме деятельности предприятие может собирать и накапливать следующую первичную внешнюю информацию.

Информация о потребителях: кто потребитель, какая группа потребителей наиболее интересна предприятию, кто конечный потребитель, потребности и насколько полно они удовлетворяются. Эта информация может быть получена единовременно или при периодическом исследовании. Эта информация приобретается путем опроса в интервью с работниками

организации, которые занимаются сбытом. Важна также информация об отношении потребителей к продукции фирмы, сервиса, восприятию качества, цены, конкурентных преимуществ и недостатков, репутации предприятия. Важно установление причин прекращения закупок у предприятия путем телефонного или личного опроса клиентов, которые прекратили закупки, при этом необходима проверка каждого выявленного случая [3].

С целью эффективного определения целей в менеджменте информация о конкурентах должна поступать постоянно. Информацию о конкурентах можно собирать путем периодического личного опроса покупателей конкурентов в местах их обслуживания, или в телефонных интервью выявленных потенциальных клиентов. Определение цен конкурентов происходит путем мониторинга прайс-листов, опроса лояльных оптовиков и конкурентов (информация об эксклюзивных скидках), сбор сведений поступающих в отдел сбыта от покупателей.

Информация о себестоимости продукции конкурентов, «производственного» качества, эффективности деятельности собирается косвенным путем. Все это осуществляется за счет использования объемов продаж, объемов рекламы, расходов на аренду, закупочных цен, уровня цен, численности и заработной платы персонала. Эта информация отслеживается периодически, а информация от клиентов поступает непрерывно и должна учитываться в торговом отделе.

Информация о поставщиках включает определение уровня цен, оценку реального качества ресурсов и реальных условий поставки. Эту информацию получают периодически путем прямых запросов поставщикам, или в контактах на выставках и интервью с оптовиками.

Информация о новых технологиях, нововведения и перспективные направления в области получают путем периодических интервью с экспертами в данных областях, учеными отраслевых институтов, производителями [4].

Объем и периодичность сбора информации для каждого предприятия определяется его спецификой и конкретной ситуацией.

Если информация, в любом из приведенных выше направлений, собирается периодически, тогда требования абсолютной достоверности каждой единицы информации снижаются, поскольку проблемы экономичности исследований приобретают особое значение. В таком подходе также возрастает вероятность

систематической ошибки: опрашивать могут тех, кого опросить удобно. Кроме того, может наблюдаться фильтрация информации в службах, чью деятельность они освещают. В случае периодического сбора информации, избежать этих проблем можно путем формализации и определения целей, то есть введением однозначного алгоритма регистрации информации, привязывая её к понятной локальной цели.

Для любой организации более полезен постоянный сбор внешней информации, но при этом необходимо обратить внимание на то, что большинство необходимых данных в организации уже есть. Ежедневно торговый персонал контактирует с клиентами: консультирует, решает вопросы, выслушивает претензии и пожелания, убеждает и постоянно получает информацию, ради которой необходимо проводить специальные исследования, привлекать специалистов, выделять дополнительные ресурсы [2].

В практике управления часто используют обобщенные результаты как основу для оценки и прогноза. Например, они устанавливаются между объемом продаж и таких факторов как национальный доход, доверие потребителей, план расходов корпоративного капитала и прочее.

Прогноз предполагает расчет показателей управленческой информации на будущее. Прогноза можно доверять, если выполнена оценка достоверности прогноза. Для прогнозирования используются различные методы и модели расчетов: экстраполяция тенденций, корреляционный анализ, регрессионный анализ, знания экспертов и специалистов в конкретной предметной области. Достоверность прогнозируемой информации повышается, если в каждом конкретном случае используются различные методы или модели прогнозирования и сравниваются между собой. Целесообразность использования отдельных средств прогнозирования в конкретных ситуациях приобретает с опытом, в результате сравнения прогнозируемой и фактической информации.

Обобщенные связи – это информация о степени зависимости исследуемого показателя от одного или нескольких других показателей. Информация об обобщенных связях может использоваться менеджментом организации в ситуационном анализе и при разработке тактики и стратегии предприятия. Ситуационный подход в менеджменте определяет модель обобщенных связей во внутренней среде организации между целями организации, ее структурой, задачами, технологией и работниками [4].

Информация имеет определенные

формы отображения, среди которых можно выделить:

- табличную;
- графическую;
- текстовую.

Табличная информация – наиболее распространенная форма подачи как первичной, так и исходной управленческой информации. Табличная информация позволяет воспринимать человеком большие объемы информации и анализировать ее. Об удобстве использования табличной информации свидетельствуют разработки последних лет, посвященные структурированию и обработке больших объемов информации – это достаточно известные системы управления реляционными базами данных и электронные таблицы. Использование электронных таблиц предоставляет возможность экспорта-импорта информации из формата электронных таблиц в реляционную базу данных и наоборот.

Графическая информация – предназначена для представления функциональных зависимостей между двумя и более факторами, эффективно воспринимается управленческим персоналом и способствует принятию правильных управленческих решений. Графическая информация может быть создана на основании исходной управленческой информации, или получаться из других источников. Графическое отображение управленческой информации способствует более быстрому и более эффективному анализу, оценке, установлению обобщенных связей или закономерностей.

Текстовая информация широко используется в менеджменте. Текстовая управленческая информация – это данные отчетов, а также аналитическая, учетная, пояснительная информация, публикации научно-исследовательских материалов и т.п. Эта форма управленческой информации относится к наименее формализованным формам отображения информации, но является наиболее существенной для информационного обеспечения управленческой деятельности [4].

Таким образом, на всех стадиях управления организацией существует значительная потребность в информации, как о внутренней, так и о внешней среде. Сбор и систематизация информации, получаемой в организации, представляет собой проблему, не решается простыми приемами.

Разновидности управленческой информации следует учитывать при выборе вариантов технологии тех или иных управленческих задач и при проектировании и функционировании информационных систем менеджмента.

Література

1. Косова Т.Д. Організація і методика економічного аналізу: навч. посіб. / Т.Д. Косова, П.М.Сухарев, Л.О. Ващенко. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 528 с.
2. Ковальчук К.Ф. Банківські операції: навч. посіб. / К.Ф. Ковальчук. – К.:ЦУЛ, 2013. – 160 с.
3. Рутьєв В.А. Менеджмент Навчальний посібник / В.А. Рутьєв, С.О. Гуткевич. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 312 с.
4. Томашевський О.М. Інформаційні технології та моделювання бізнес-процесів: навч. посіб. / О.М. Томашевський, Г.Г. Цегелик, М.Б. Вітер, В.І. Дубук. – К.: Видавництво «Центр учбової літератури», 2012. – 296 с.

Literature

1. Kosova T.D. The organization and methods of economic analysis: teach. guidances / T.D. Kosova, P.M. Suharev, L.A. Vashchenko. – Kyiv: Center of educational literature, 2012. – 528 p.
2. Kovalchuk K.F. Banking transactions: teach. guidances / K.F. Kovalchuk. – K.: TSUL, 2013. – 160 p.
3. Rulyev V.A. Management Manual / V.A. Rulyev, S.A. Hutkevych. – Kyiv: Center of educational literature, 2011. – 312 p.
4. Tomaszewski O.M. Information technology and business process modeling: teach. guidances / O.M. Tomaszewski, G.G. Tsehelyk, M.B. Wind, V.I. Dubuk. – K.: Publishers «Centre textbooks», 2012. – 296 p.

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД В ОРГАНИЗАЦИИ ПРОВЕДЕНИЯ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ SYSTEM APPROACH IN ORGANIZATION OF THE INFORMATIZATION OF EDUCATION

Цьохла С.Ю., д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту підприємницької діяльності Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського, м. Сімферополь, Крим, Бурлай М.Н., здобувач кафедри менеджменту підприємницької діяльності Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського, м. Сімферополь, Крим

Цёхла С.Ю., д.э.н., профессор, заведующая кафедрой менеджмента предпринимательской деятельности Таврического национального университета имени В.И. Вернадского, г. Симферополь, Крым, Бурлай М.Н. соискатель кафедры менеджмента предпринимательской деятельности Таврического национального университета имени В.И. Вернадского, г. Симферополь, Крым

Tsohla S.Y., Professor, doctor of Economics, Head of Management of Entrepreneurship Department Taurida National V.I. Vernadsky University, Simferopol, Crimea, Burlai M.N. Competitor of the Department of Management entrepreneurship Tauride National University named after V. Vernadsky, Simferopol, Crimea

Анотація

Ця стаття присвячена питанням організації проведення інформатизації освіти. Розглянуто основні принципи освіти, види освітніх установ, системний підхід в організації проведення інформатизації, визначено напрями, характеристика та умови проведення інформатизації в системі освіти.

Аннотация

Эта статья посвящена вопросам организации проведения информатизации образования. Рассмотрены основные принципы образования, виды образовательных учреждений, системный подход в организации проведения информатизации, определены направления, характеристика и условия проведения информатизации в системе образования.

Abstract

This article is devoted to the organization of education informatization. The basic principles of education, types of educational institutions, systematic approach to the organization of the information, identified areas, characterization and conditions of informatization of the education system.

Ключові слова: інформатизація, освіта, системний підхід, організація, проведення, принципи.

Ключевые слова: информатизация, образование, системный подход, организация, проведение, принципы.

Keywords: computerization, education, systematic approach, organize, conduct, principles.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными или практическими заданиями. Современной системы образования