

УДК 656.7.078.8(045)

Павло Юрійович РОДІОНОВ

кандидат економічних наук, старший викладач Промислово-економічного коледжу,
Національний авіаційний університет, e-mail: rodionovnau@gmail.com

ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Родіонов, П. Ю. Інформаційна діяльність підприємства / Павло Юрійович Родіонов // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць; за ред. М. І. Зверякова (голов. ред.) та ін. (ISSN 2313-4569). – Одеса: Одеський національний економічний університет. – 2016. – № 2 (61). – С. 101–113.

Анотація. У статті розглянуто особливості функціонування фірми в умовах інформаційної економіки. Запропоновано та обґрунтовано погляд на економіку як інформаційну систему. Проаналізовано діяльність фірми як координатора інформаційних та матеріальних потоків. Наведено критичний аналіз підходів до розуміння поняття «інформаційна діяльність» та запропоновано його авторське тлумачення. Розмежовані поняття «дані», «інформація» та «знання». Визначено цілі та складові компоненти інформаційної діяльності, зокрема, розглянуті поняття «інформаційні ресурси», «інформаційний потенціал», «інформаційні технології». Досліджено сутність та роль інформаційних ресурсів у діяльності підприємства. Запропоновано підхід до оцінки ефективності інформаційної діяльності.

Ключові слова: інформаційна економіка; інформація; інформаційний потік; інформаційна діяльність; інформаційний потенціал; інформаційні ресурси; інформаційний продукт.

Павел Юрьевич РОДИОНОВ

кандидат экономических наук, старший преподаватель Промышленно-экономического колледжа, Национальный авиационный университет, e-mail: rodionovnau@gmail.com

ИНФОРМАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Родионов, П. Ю. Информационная деятельность предприятия / Павел Юрьевич Родионов // Вестник социально-экономических исследований: сб. науч. трудов; под ред. М. И. Зверякова (глав. ред.) и др. (ISSN 2313-4569). – Одесса: Одесский национальный экономический университет. – 2016. – № 2 (61). – С. 101–113.

Аннотация. В статье рассмотрены особенности функционирования фирмы в условиях информационной экономики. Предложен и обоснован взгляд на экономику как информационную систему. Проанализирована деятельность фирмы как координатора информационных и материальных потоков. Проведен критический анализ подходов к пониманию понятия «информационная деятельность», предложено его авторское толкование. Разграничены понятия «данные», «информация» и «знание». Определены цели и компоненты информационной деятельности, в частности, рассмотрены понятия «информационные ресурсы», «информационный потенциал», «информационные технологии». Исследована сущность и роль информационных ресурсов в деятельности предприятия. Предложен подход к оценке эффективности информационной деятельности.

Ключевые слова: информационная экономика; информация; информационный поток; информационная деятельность; информационный потенциал; информационные ресурсы; информационный продукт.

Pavlo RODIONOV

PhD in Economics, Senior Lecturer of Industrial and Economic College, National Aviation University, e-mail: rodionovnau@gmail.com

INFORMATION ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE

Rodionov, P. (2016), Information activities of the enterprise. Ed.: M. Zveriyakov (ed.-in-ch.) and others [Informatsiina diialnist pidpriemstva; za red.: M. I. Zveriyakova (gol. red.) ta in.], Socio-economic research bulletin; Visnik social'no-ekonomichnih doslidzen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 2 (61), pp. 101–113.

Abstract. The article describes the features of the functioning of the firm in the information economy. The view on the economy as an information system is proposed and grounded. The activity of the company in the role of coordinator of information and material flows is analyzed. A critical review of approaches to the understanding the concept of «information activity» is held and its author's interpretation is given. The concepts of «data», «information» and «knowledge» are delineated. Objectives and components of information activity are determined, in particular, the concepts of «information resources», «information potential», «information technology» are considered. The essence and role of information resources in the enterprise are researched. The approach to evaluating the effectiveness of information activities is proposed.

Keywords: information economy; information; information flow; information activities; information capacity; information resources; information product.

JEL classification: D210; D800; D830

Постановка проблеми у загальному вигляді. Трансформація поняття «інформація» та відповідна зміна ставлення до неї вчених-економістів, яка особливо швидкими темпами відбувалася протягом другої половини ХХ ст., призвела до появи нових наукових теорій і течій, метою створення яких є дослідження та прогнозування поведінки економічної системи, провідною детермінантою розвитку якої виступає інформація і знання. Формування єдиного інформаційного поля, розвиток сучасних інформаційно-комунікаційних технологій та виникнення електронної комерції призвели до створення інформаційного суспільства, яке докорінно відрізняється від суспільства індустріального і ставить перед дослідниками низку нових запитань.

З точки зору економічної науки, в основі таких запитань та проблем лежить спроможність розглядати економіку інформаційного суспільства як систему структурованого потоку інформації, на противагу потоку матеріальних ресурсів, що був притаманний індустріальному етапу розвитку людства. Задача, що полягає у правильному формулюванні та розв'язанні згаданих проблем, має продемонструвати, у тому числі, й готовність наукової спільноти адаптувати свої теоретичні побудови відповідно до нових зовнішніх умов.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Дослідження, що присвячені інформаційному суспільству та інформаційній економіці, умовно можна поділити на декілька груп. Так, до першої варто віднести науковців, які вивчали процеси отримання, обробки, збереження та передачі інформації. Серед них необхідно виділити К. Шеннона, який започаткував дослідження в галузі теорії зв'язку, теорії інформації і лінгвістики, а також теорії передачі інформації, та Н. Вінера, якого вважають засновником науки про управління – кібернетики, де інформація відіграє провідну роль. До другої групи можна віднести вчених, які вивчали проблематику становлення і функціонування інформаційного суспільства, та варто звернути увагу на праці Д. Белла, М. Кастельса, В. Іноземцева, Ф. Махлупа. Нарешті, такі дослідники, як Дж. Акерлоф, К. Ерроу, Дж. Маршак, Ж. Сапір, Дж. Стігліц та Ф. Хайек розглядали інформацію та знання як ключовий чинник функціонування ринкової економіки, наріжним каменем якої є здатність економічних агентів отримувати та обробляти інформацію, потрібну для підприємницької і комерційної діяльності.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Аналізуючи праці, присвячені інформаційній економіці, варто відмітити, що під ключовим її поняттям – «інформацією», здебільшого розуміють субстанцію, що втілена у виробничих процесах, або ж як безпосередньо фактор виробництва. Вважаємо, що таке розмежування відбувається через певне розмиття понять «дані», «інформація» та «знання», що ускладнює процес їх дослідження. Це, у свою чергу, призводить до неможливості розвитку наявних теоретичних побудов, особливо коли мова йде про їх застосування у практичній діяльності. Відповідно, важливим питанням, що має бути вирішено, є розробка науково-методичних підходів до управління інформаційною діяльністю підприємства.

Постановка завдання. Наявне різноманіття підходів до розуміння окремих понять інформаційної економіки, часта термінологічна плутанина в роботах, присвячених цій тематиці, ставить, на нашу думку, питання щодо аналізу притаманних фірмі функцій і задач

в умовах сучасної економіки знань. Вагомим завданням є визначення такого підходу до дефініції інформаційної діяльності, який дозволить використовувати її у якості теоретичного підґрунтя для подальшого розвитку та формалізації понятійно-категоріального апарату економіки інформації. Крім того, у світлі поставленого завдання, варто детально розглянути окремі компоненти інформаційної діяльності та підходи до оцінювання її ефективності.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасній економічній системі, орієнтованій на виробництво та обмін інформаційних продуктів і послуг, зростає значення ступеня задоволення інформаційних потреб економічних агентів, а також їхні можливості з обробки інформації. Так, доступ до інформації, можливості щодо її опрацювання, зберігання і передачі, стан інформаційної безпеки, стають визначальними характеристиками фірм, які використовують зазначені процеси як провідну конкурентну перевагу. Водночас фірма, як суб'єкт економічних відносин, виступає в якості координуючої сили в економіці, що направляє її ресурси, у тому числі інформаційні, відповідно до потреб ринку.

Визначимо теоретичні засади роботи фірми як координатора не тільки матеріальних, але й інформаційних потоків у заданій економічній системі, зробимо спробу розглянути інформаційну діяльність фірми як основну її функцію, а також дослідимо її структуру і методику оцінювання досягнутих результатів.

1. Фірма як координатор. Вирішуючи перше завдання, будемо спиратися на методологію аналізу фірми М. Кассона, що наведена в роботі [1, с.53]. Так, буде використано його підхід до визначення природи фірми, поділу ресурсних потоків на матеріальні та інформаційні, а також діаграмний метод для побудови концептуальної схеми їх руху під час взаємодії суб'єктів економіки.

Приватна власність, підприємництво та традиції сприяють створенню та функціонуванню складної інформаційної системи. Економічні агенти є складовими елементами структури інформаційного потоку, контролюють процеси обміну та споживання в матеріальному та інформаційному вимірах. Прийняття рішень та структуризація інформаційного потоку уже досить тривалий час вважається діяльністю, що покладається на економічні інститути, такі як державні установи, ринки та фірми.

Відповідно до Р. Коуза [2, с.43], фірма виникає в результаті існування трансакційних витрат. Підприємець, що визначає напрямок руху ресурсів, має за мету знизити такі витрати, у зв'язку з чим з'являється фірма, яка у свою чергу є координатором. Наведене класичне визначення фірми дозволяє стверджувати, що одним із її завдань є зниження інформаційних витрат. У такому випадку, одним із критеріїв ефективності фірми слугує якість її інформаційних процесів.

Проте варто врахувати, що з посиленням конкуренції, наслідком чого стають пошуки нових методів конкурентної боротьби, розвитком інформаційних технологій та персоналізацією продуктів та послуг, що пропонуються на ринку, відбувається значна інтенсифікація інформаційної діяльності фірми. Аналізуючи фірму з таких позицій, логічним є виокремлення та дослідження поняття інформаційної діяльності з понад інших напрямів роботи фірми як окремого чинника її розвитку. Проте спочатку варто зробити спробу роз'яснити питання, яке стосується підходів до тлумачення матеріальних і інформаційних потоків. Згідно з М. Кассоном, узгоджений потік матеріальних ресурсів може бути одним із трьох типів, залежно від типу розподілу праці:

- потік матеріалів, створених фізичним розподілом праці у виробництві;
- потік знань, створених розподілом праці у дослідженнях, в яких технічний спеціаліст створює та розповсюджує ноу-хау;
- потік фінансових акцій, створений розподілом праці у прийнятті ризиків, що призводить до появи класу спекулятивних інвесторів.

На протизагу матеріальному, стосовно узгодженого інформаційного потоку можна зробити наступні твердження:

- інформаційні потоки існують скоріше між людьми, ніж між підприємствами;
- інформаційні потоки зазвичай двошляхові, на відміну від матеріальних потоків;

– потоки інформації часто є опосередкованими, підприємці є ключовими посередниками, що стосується координації інформації [1, с.227].

Варто звернути увагу на той факт, що відповідно до наведеного вище тлумачення, потік знань належить саме до матеріального потоку, що є дискусійним питанням, отже, вважаємо, що тимчасово з таким твердженням можна погодитися. Інформаційні потоки, натомість, розглядаються як обмін інформацією між окремими людьми, наприклад, підприємцями. Розглядаючи управління інформаційними потоками фірми, можна виділити інформаційний потік, що обслуговує матеріальні процеси, та інформаційний потік, що обслуговує процеси управління. Також варто провести умовну лінію між внутрішніми та зовнішніми інформаційними потоками. До внутрішніх потрібно відносити інформаційний обмін всередині фірми, а до зовнішнього – інформаційні процеси, в яких разом з конкретною фірмою беруть участь економічні агенти, які не входять до її складу. Проте цей поділ є достатньо умовним, так як внутрішній та зовнішній рівні нерозривно пов'язані і неможливі один без одного.

Для розуміння природи дій, пов'язаних з обробкою та передаванням економічним агентом інформації, слушним буде чітко визначити положення, що займає фірма в контексті функціонування інформаційної економіки. Яскравим прикладом, що може проілюструвати, яке місце посідають матеріальні та інформаційні потоки у структурі діяльності фірми, може слугувати схема роботи авіакомпанії, на якій окремо продемонстровано, яким чином вона координує зазначені потоки (рис. 1).

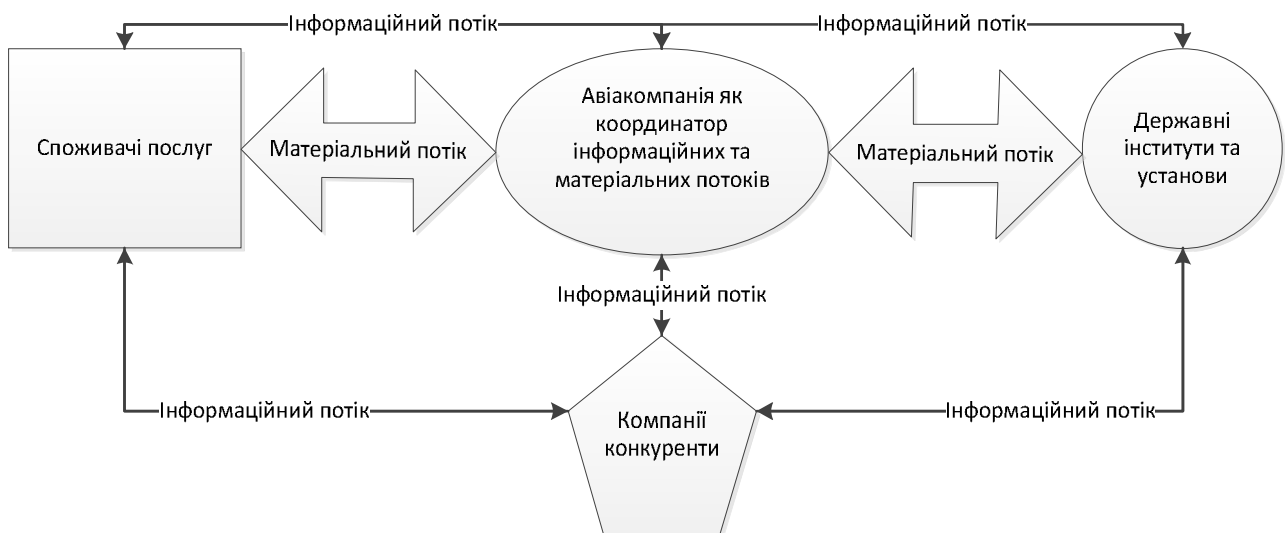


Рис. 1. Авіакомпанія як координатор (розроблено автором)

Відповідно до рис. 1, ринок пасажирських авіаперевезень представлено у вигляді інформаційної системи, в якій авіакомпанія здійснює інформаційний обмін зі споживачами послуг, державними установами та конкурентами. У якості елементів матеріального потоку між авіакомпанією та споживачами виступають послуги, що надаються, а за їх надання отримується відповідна плата. Під матеріальним потоком між компанією та державними інститутами розуміють сплату податків, а у відповідь компанія отримує адміністративні послуги, гарантії безпеки та недоторканності приватної власності тощо. Окрім інформації, яку підприємство отримує ззовні, у його внутрішньому середовищі одним із результатів здійснення господарської діяльності є отримання нової інформації та знань. Проведений схематичний аналіз показує, що через здійснення інформаційної діяльності авіакомпанія виступає як координатор ринку, а інформація є ключовим ресурсом усіх без виключення бізнес-процесів, які реалізуються фірмою для досягнення поставлених цілей.

Із вищезазначеного можна дійти наступних висновків. По-перше, доцільним є погляд на економіку як інформаційну систему, де власне інформація посідає фундаментальне місце і від якої залежать інші види діяльності. По-друге, фірма, яка виконує роль координатора економічної системи, переважно має справу з вирішенням завдань, що пов'язані з інформаційними процесами. Нижче наведені положення, які акцентують увагу на особливостях інформації як важливого ресурсу фірми, і, водночас, свідчать про все більш зростаючу роль інформаційної діяльності, що спостерігається протягом останнього часу.

1. Інформація та знання є основною виробничою силою та виступають як фактор виробництва. Саме інформація виступає в якості предмета праці, за допомогою якого створюються нові, зокрема, інформаційні продукти. З іншого боку, з'являються галузі, де інформація одночасно є фактором виробництва, без якого економічні агенти не можуть створити новий продукт, тобто до традиційних факторів виробництва, таких як труд, земля та капітал, додається четвертий, а саме інформація. Таким чином інформаційна сфера виробництва та споживання починає переважати матеріальну.

2. На відміну від традиційної економіки, в інформаційній виникає протиріччя до принципу, згідно з яким ціна товару залежить, у тому числі, від кількості його пропозиції на ринку. Це головним чином пов'язано з тим, що вартість розповсюдження інформаційного продукту є низькою і вона не спричиняє істотного впливу на вартість самого продукту.

3. Постійні та граничні затрати в інформаційній економіці є порівняно низькими з традиційною економікою, що створює передумови для розповсюдження інформаційних продуктів з високою швидкістю.

4. Домінуючим видом продукту є інформаційний об'єкт, у якого відсутня матеріальна форма. До основних товарів починають належати ті, що або у своїй основі містять інформаційні розробки, або самі є інформаційними.

5. Як наслідок, рівень розвитку країни визначається не тільки і не стільки кількістю вироблених матеріальних благ, скільки наявністю наукового потенціалу для розвитку наукоємних галузей, та можливостей цей потенціал реалізувати. Інтелектуальний капітал стає визначальним чинником економічного зростання. Таким чином в інформаційному суспільстві відбувається інтелектуалізація праці.

Вивчення впливу інформації на діяльність фірм є необхідною умовою підвищення ефективності їх роботи. За ситуації, коли неможливо кардинально отримати переваги за рахунок традиційних способів ведення конкурентної боротьби, саме діяльність, пов'язана з інформацією набуває особливого значення. Далі розглянемо основні підходи до тлумачення поняття «інформаційна діяльність», визначимо його сутність і межі використання у контексті роботи фірми.

2. Інформаційна функція фірми. Підвищення ефективності роботи суб'єкта економічного господарювання вимагає особливої уваги до процесів, що пов'язані з його інформаційною діяльністю. Забезпечення таких важливих напрямів роботи, направлених на максимально повне задоволення потреб споживачів, активізацію інноваційної діяльності, впровадження систем інформаційної безпеки, тісно пов'язано з інформаційною функцією фірми, яка є унікальним інструментом збору та розповсюдження необхідної інформації. Нижче запропоновано низку підходів до поняття «інформаційна діяльність», які, вважаємо, мають бути розглянуті у розрізі фірми як установи, що синхронізує та узгоджує інформаційні потоки.

Згідно з державним стандартом ДСТУ 2392-94 «Інформація та документація. Базові поняття. Терміни та визначення», інформаційна діяльність визначається як постійне та систематичне збирання та оброблення записаної інформації з метою її зберігання, пошуку, використання чи пересилання, що виконується певною особою або організацією [3]. Під інформаційною також розуміють діяльність, що пов'язана з обробкою деякої осмисленої інформації і прийняттям на її основі деяких рішень, тобто створення нової інформації [4, с.30].

Відповідно до іншого підходу, інформаційна діяльність визначається як інформаційні стратегії і діяльність, спрямована на цільові групи. Її основне завдання – надати цим групам інформацію, ознайомити їх з певними питаннями і вплинути на їхнє ставлення або навіть поведінку [5, с.94]. Тобто, фактично, пропонується розглядати її нарівні з такими функціями управління, як планування, організація, мотивація та контроль. Існує думка, згідно з якою інформаційна діяльність визначається як набір пов'язаних між собою компонентів, що збирають, обробляють і розповсюджують інформацію для підтримки діяльності організації [6]. Як зазначається у роботі [7, с.60–61], інформаційна діяльність спрямована на створення структур, що забезпечують інформаційний обмін.

Розглядаючи запропоновані визначення, маємо звернути увагу на той факт, що всі наведені тлумачення цього поняття здебільшого роблять акцент на інформаційній діяльності як групі процесів, що мають за мету збирання, оброблення та передавання інформації залежно від наявних потреб. Однак, досліджуючи фірму з позицій координації, насамперед інформаційних потоків, варто визначити цілі інформаційної діяльності та охарактеризувати необхідні для неї ресурси, що дозволить більш продуктивно студіювати це поняття. З цією метою були досліджені можливі цілі та завдання інформаційної діяльності на прикладі авіакомпанії, а також виконано їх каскадування відповідно до ступеня важливості (рис. 2).

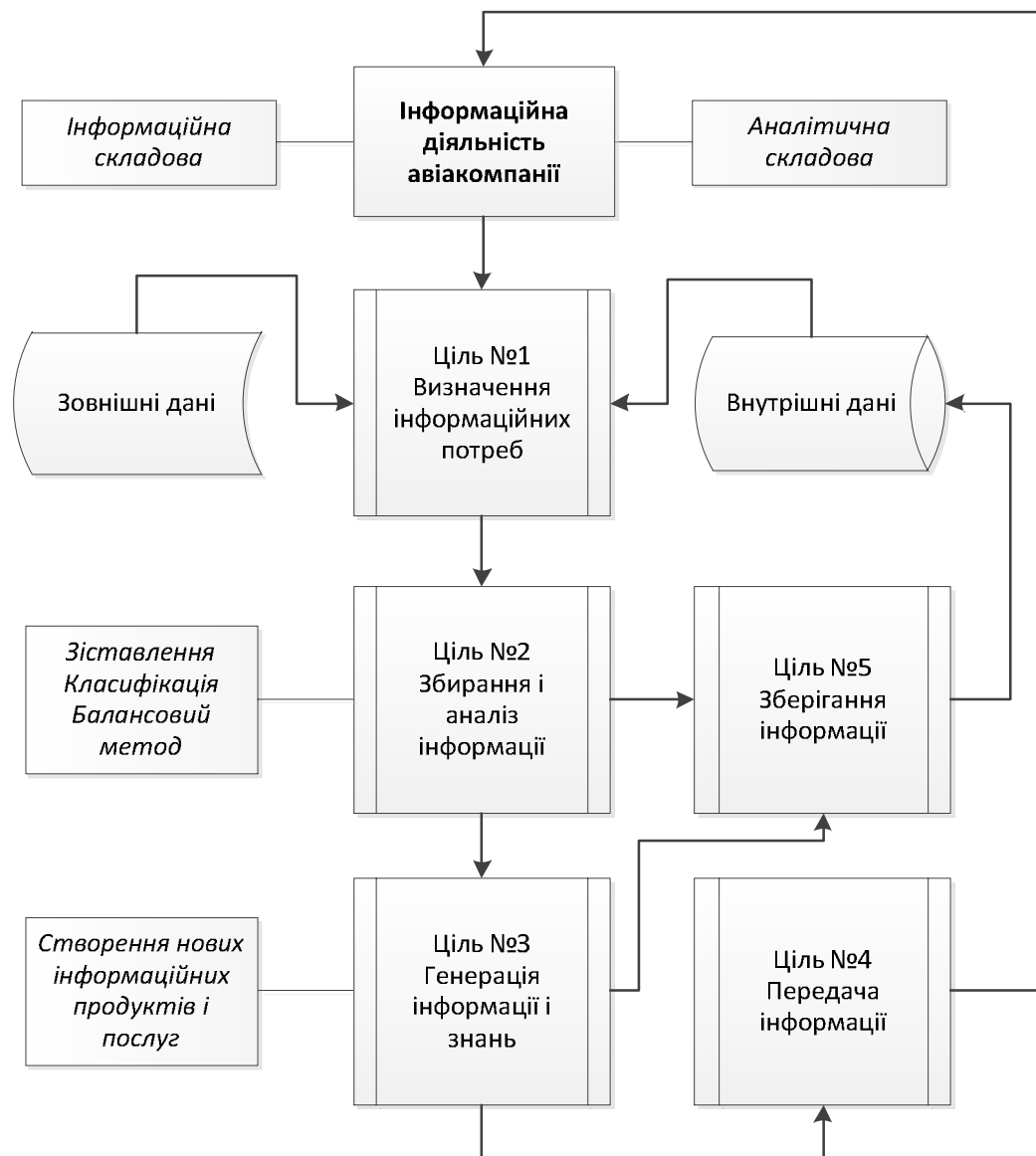


Рис. 2. Каскадування цілей інформаційної діяльності (розроблено автором)

Простежені вище цілі інформаційної діяльності авіакомпанії базуються на розумінні цього виду діяльності як такого, що пов'язаний безпосередньо з інформаційними процесами збирання та оброблення інформації, а також з необхідністю виконувати подальші дії з метою генерації нових знань. Декомпозиція інформаційної діяльності дозволяє виокремити такі її взаємозалежні цілі, як збір та аналіз інформації, подальший процес створення нових інформаційних продуктів і послуг, а також генерація знань. Також можна виділити передачу отриманих у результаті інформаційної діяльності інформації та знань, і, зрештою, наступне зберігання інформації з можливістю її використання за потреби. Сформулювавши цілі інформаційної діяльності, наступним кроком на шляху до визначення її сутності необхідно окреслити значущі для цього напрямку роботи ресурси та інші складові компоненти. Проте спочатку варто зробити ремарку, присвячену роз'ясненню деяких важливих у зв'язку з цим дослідженням понять.

Так, структурування цілей інформаційної діяльності дозволяє звернути увагу на широке використання таких споріднених термінів, як «дані», «інформація» та «знання», відповідно виникає необхідність їх уточнення. Будемо виходити із того, що зазначені поняття розуміють у наступних значеннях:

- дані є елементарними описами предметів, подій, дій і транзакцій, що запам'ятовуються і зберігаються, проте не систематизуються;
- інформація – це організовані таким чином дані, що вони мають значення і цінність;
- знаннями вважається певна форма соціальної та індивідуальної пам'яті, що є результатом структурування та осмислення об'єкта в процесі його пізнання. Згідно з твердженням П. Друкера, «... знання – це здатність людини застосовувати інформацію до конкретної роботи» [8, с.117].

З'ясування складових компонентів, що беруть участь в інформаційній діяльності, дозволяє, в першу чергу, виокремити інформаційні ресурси, які змінюються залежно від сфери діяльності фірми, інформаційний потенціал, що є стрижнем не тільки інформаційної, але й інших видів робіт, а також такі поняття, як інформаційні системи та технології. Нижче названі складові розглядаються в контексті інформаційної діяльності авіакомпанії.

Стосовно інформаційної системи авіакомпанії можна сказати, що вона включає вхідну та вихідну інформацію і функціонує в інформаційному середовищі. За допомогою засобів обробки вхідна інформація перетворюється на вихідну, потім надсилається користувачу або іншій інформаційній системі. Обов'язковою умовою роботи інформаційної системи є наявність зворотного зв'язку. Ефективність роботи компанії в сучасних умовах значною мірою визначається рівнем її інформаційної системи. Конкретні задачі, що мають розв'язуватися за допомогою інформаційної системи визначають її характерні риси та функціональні можливості. Запровадження та модернізація інформаційних систем є однією з важливих складових інформаційної діяльності авіакомпанії [9].

Так, структура інформаційної системи повинна містити бази даних, довідкові системи та інші сучасні засоби швидкого обміну інформацією, такі як інтернет-технології та апаратно-програмні засоби, а також бажано створити горизонтальну структуру організації з мінімальними рівнями ієрархії для скорочення часу прийняття рішень і мінімізації спотворень в процесі розробки управлінського рішення [10]. Головним завданням інформаційної системи є забезпечення її користувачів інформацією, що відповідає таким критеріям оцінки, як релевантність, достовірність, своєчасність та зрозумілість.

Для вітчизняних авіакомпаній питання використання інформаційних технологій є актуальним та складним, адже посилення конкуренції та частково ідентичні методи ведення бізнесу компаніями однієї галузі примушують до прискореного впровадження таких технологій у свою діяльність. Інформаційна технологія має в арсеналі методи, процеси та способи використання обчислювальної техніки і систем зв'язку для створення, збору, передачі, пошуку, оброблення та поширення інформації з метою ефективної організації діяльності людей.

Роль і місце інформаційного ресурсу як складової інформаційної діяльності авіакомпанії полягає не тільки в інформаційній підтримці управлінського аналізу, але і в нових можливостях управління. В економіко-математичному словнику Л. І. Лопатнікова інформаційні ресурси розглядаються як різновид ресурсів, що використовується для ідеологічної роботи, просвітництва, освіти та ін. [11, с.309]. У свою чергу, інформаційні ресурси є динамічним явищем, яке впливає на усі сфери внутрішнього і зовнішнього середовищ корпоративного підприємства [12, с.229]. Існує підхід, що визначає інформаційні ресурси як інформацію, що має цінність у певній предметній області та може бути використана в економічній діяльності для досягнення певної мети. Важливим інформаційним ресурсом виступає бізнес-інформація, яка стосується роботи авіакомпанії та її місця у конкурентному середовищі.

Для успішного ведення бізнесу авіакомпанія має бути зацікавлена в отриманні достовірної інформації про свій внутрішній стан та зовнішнє оточення. Ефективність використання інформаційних ресурсів визначається відношенням їх активної частини до загального обсягу. Особливості розвитку інформаційних ресурсів авіакомпанії можуть бути реалізовані в межах створення єдиного інформаційного простору. Усвідомлення того факту, що накопичена в різних підрозділах інформація є важливим ресурсом, що має бути доступним усім користувачам, призводить до запровадження вітчизняними компаніями нової інформаційної політики. Проте на даному етапі значна частина підприємств застосовують системи обліку, замість використання більш потужних і ефективних систем управління фінансово-господарською діяльністю.

Торкаючись питання інформаційного потенціалу, можна стверджувати про його недостатню розробку. Фактично не дослідженою є його структура та відсутня загальноприйнята методика оцінки. Проте його значення для інформаційної діяльності є надзвичайно важливим, адже саме інформаційний потенціал є однією з рушійних сил розвитку підприємства, зокрема, авіакомпанії. Український вчений С. М. Ілляшенко визначає інформаційний потенціал як сукупність інформаційних ресурсів і здатностей до їх реалізації, які забезпечують умови його тривалого розвитку на основі генерації, накопичення і використання знань [13, с.11]. Враховуючи специфіку авіаційної діяльності, вважаємо, що доцільніше розглядати інформаційний потенціал саме як здатність до ефективного використання певних ресурсів, відділяючи його від інших складових інформаційної діяльності.

Інформаційний потенціал також визначають як сукупність засобів, методів і умов, що дозволяють активізувати та ефективно використовувати інформаційні ресурси. Причому в існуючих економічних умовах стан інформаційного потенціалу значною мірою визначає рівень інших складових потенціалу підприємства, особливо інноваційної.

Проте інформаційний потенціал компанії не є тотожним інтелектуальному, який може або згідно із запропонованою класифікацією бути складовою інформаційного потенціалу, або виокремлюватися у ще одну складову інформаційної діяльності. Також варто зауважити, що відповідно до запропонованого підходу інформаційний потенціал містить як нематеріальну, так і матеріальну частину.

В якості результату інформаційної діяльності можна розглядати інформаційний продукт, як все, що пов'язано з задоволенням інформаційних потреб, інформаційним виробництвом, інформаційним обслуговуванням. Інформаційними продуктами є програмні продукти, бази і банки даних та інша інформація. У роботі [14] інформаційний продукт пропонується розглядати у вигляді продукту, що застосовується на інформаційному ресурсі, а інформаційну послугу – як всі дії, призначені для безпосереднього задоволення інформаційних потреб.

Щодо запропонованих вище підходів стосовно інформаційних продуктів і послуг у контексті інформаційної діяльності, варто зауважити, що очевидним є факт їх створення в процесі роботи авіакомпанії, під яким можна розуміти розробку клієнтської бази даних, запровадження нових методів управління інформацією, інформаційну підтримку

маркетингової діяльності, загалом отримання нової інформації та знань. З іншого боку, створення інформаційних продуктів і послуг авіакомпанією відбувається переважно з залученням сторонніх компаній, наприклад, розробників програмного забезпечення або консалтингових компаній.

Наведена вище декомпозиція інформаційної діяльності дозволяє дати таке тлумачення цього напрямку роботи, яке буде здійснюватися з врахуванням її цілей, необхідних ресурсів та особливостей функціонування. Вважаємо, що інформаційна діяльність авіакомпанії є сукупністю дій, спрямованих на задоволення, з одного боку, його власних інформаційних потреб, а з іншого, – інформаційних потреб споживачів послуг, що надає авіакомпанія. Така діяльність здійснюється через вплив на економічну політику компанії, реалізацію маркетингової стратегії, розробку інформаційно-комунікаційних заходів. У процесі інформаційної діяльності важливу роль відіграють інформаційні ресурси та інформаційний потенціал, який є ключовим елементом, що дозволяє генерувати нові знання. Напрямки інформаційної діяльності визначаються її цілями та обраними для досягнення визначених цілей інструментами, а також наявними ресурсами та інформаційними потенціалом. Враховуючи свої внутрішні особливості, інформаційна діяльність пов'язана з багатьма сферами роботи авіакомпанії.

З інформаційною діяльністю авіакомпанії тісно пов'язані такі напрями роботи, як управління інформацією та знаннями, необхідність ресурсного забезпечення такої діяльності, включаючи персонал та його інтелектуальний потенціал, особливості зовнішнього середовища та інструментарій щодо оцінки результатів інформаційної діяльності. Комплекс засобів, методів та інструментів, що утворюють систему управління інформаційною діяльністю дозволяє збільшити ефективність її роботи та, як наслідок, сприяти підвищенню конкурентоспроможності авіакомпанії. З'ясувавши сутність інформаційної діяльності та її роль у функціонуванні фірми, варто розглянути ще одне складне питання, а саме, підходи до визначення ефективності інформаційного напрямку роботи авіакомпанії.

3. Оцінювання результатів інформаційної діяльності. Управління інформаційною діяльністю є складним процесом, вивчення ефективності якого має стати важливим інструментом на шляху до підвищення ефективності роботи авіакомпанії. Необхідним завданням постає формування інструментів, що мають дозволити здійснювати моніторинг інформаційної діяльності, сприяти її інтеграції з іншими видами робіт, а також забезпечувати між ними зворотній зв'язок. Нижче запропоновано підхід до оцінювання результатів інформаційної діяльності авіакомпанії.

Вважаємо, що система оцінки інформаційної діяльності авіакомпанії має передбачати три групи показників, кожна із яких складається з показників, що можуть бути реально визначеними і направленими на дослідження і аналіз найважливіших компонентів інформаційної діяльності підприємства.

Головним завданням аналізу інформаційної діяльності в процесі функціонування авіакомпанії, а також головною передумовою визначення ефективності такої діяльності є визначення критеріїв її оцінки, тобто групи показників, яка дозволить ухвалювати рішення стовно ефективності цієї діяльності для підприємства та за необхідності порівнювати можливі варіанти вирішення необхідних завдань. Такими критеріями мають бути показники, використання яких теоретично обґрунтовано та за можливістю перевірено в практичній діяльності. На рис. 3 відображено основні напрямки, за якими має здійснюватися оцінка інформаційної діяльності підприємства.

Інформаційна діяльність авіаційного перевізника в умовах інформаційної економіки провадиться через управління інформаційними потоками з використанням відповідного програмного забезпечення. У свою чергу, управління інформаційною діяльністю потребує розроблення принципів управління, формування оптимальної організаційної структури системи управління, функцій та управлінських рішень. Визначення інформаційної діяльності як складної багатофакторної категорії зумовлює спрямування зусиль на ефективне використання наявних інформаційних ресурсів.



Рис. 3. Напрямки оцінювання інформаційної діяльності [15, с.125]

Запропонована система оцінювання ефективності інформаційної діяльності має такі особливості, як охоплення всіх напрямів діяльності, що пов'язані з інформацією, інформаційними ресурсами і технологіями, орієнтацією на якість інформації та процеси її оброблення, можливостями для розвитку системи, а також на взаємозв'язок стратегічного управління та інформаційної діяльності компанії. Ефективність інформаційної діяльності авіакомпанії, зважаючи на необхідність урахування впливу інформації на її результативність, пропонується досягати через формування єдиної інтегральної системи оцінювання (1).

$$I = \sum_{j=1}^3 P_j W_j \quad (1)$$

де: I – інтегральний показник ефективності інформаційної діяльності авіакомпанії;
 P_j – показники, що формуються відповідними коефіцієнтами;
 W_j – вагомості підсумкових показників інформаційної діяльності P_j .

Підсумковий показник якості інформації необхідно оцінювати коефіцієнтами ступеня релевантності, швидкості оновлення, достовірності, рівня інформаційного шуму, швидкості передавання інформації та оперативності відповідей на запити. Підсумковий показник, що визначає результати роботи інформаційного забезпечення, оцінюють коефіцієнтами надійності програмного забезпечення, рівня технічного забезпечення підприємства, організаційного та комунікаційного забезпечення інформаційної системи. Підсумковий показник, що визначає кінцеві результати роботи інформаційної діяльності оцінюють коефіцієнтами витратків на систему інформаційної діяльності в загальній сумі прибутків

авіакомпанії, якості планування бюджетного процесу системи інформаційної діяльності, організації комунікаційного процесу та коефіцієнтом ефективності кадрового забезпечення інформаційної діяльності.

Зауважимо, що значною проблемою для підприємства є запобігання отриманню інформації, що не відповідає його потребам та вимогам, отже, можемо ідентифікувати такі основні задачі:

1. Визначити, для яких цілей необхідна інформація. Додатково необхідно проаналізувати, наскільки чітко визначено призначення інформації, так як це впливає на способи її пошуку. За умови, якщо потрібно вирішити нетипове завдання, саме пошук інформації може стати об'єктом дослідження.
2. З'ясувати, які існують бюджетні обмеження на витрати, пов'язані зі збором та обробкою інформації.

Аналіз інформаційного забезпечення підприємства вимагає оцінки інформації з точки зору наступних факторів:

1. Цінність інформації, при чому особливу увагу варто звернути на той факт, що при проведенні інформаційних заходів інформація має бути отримана у конкретний час і здебільшого швидко втрачає свою актуальність.
2. Ступінь релевантності інформації, тобто рівень відповідності інформації конкретним потребам підприємства.
3. Затрати на інформаційне забезпечення, які мають включати як витрати, пов'язані з інтелектуальним потенціалом та людськими ресурсами, так і видатки на технічне забезпечення.
4. Результати використання інформації. Оцінка цього фактора є складною через те, що виокремлення інформаційної складової серед іншої діяльності підприємства часто є складним завданням [15, с.127].

Висновки і перспективи подальших розробок. Проведене вище дослідження дозволяє простежити процес створення фірми в контексті необхідності зниження витрат на координацію інформаційних та матеріальних потоків з акцентом саме на інформаційній складовій. Таким чином, доводиться, що саме інформаційна функція фірми є найбільш значущою в її роботі і такою, що підпорядковує собі інші цілі та завдання.

Визначення та поєднання цілей та ресурсів інформаційної діяльності фірми дозволило відокремити цей напрям діяльності з-поміж інших та надати йому відповідні характеристики. Так, запропоновано розглядати інформаційну діяльність як таку, що має за мету задовольнити інформаційні потреби фірми та, в деяких випадках, її оточення, під яким можна розуміти, насамперед, клієнтів та партнерів фірми, використовуючи наявні інформаційні ресурси, технології і системи з наданням вирішального значення інформаційному потенціалу. Додатково у статті було відокремлено складові елементи інформаційної діяльності, такі як інформаційна система, інформаційна технологія та інформаційний потенціал, якому відведено провідну роль у роботі фірми загалом.

З метою оцінювання результатів інформаційної діяльності запропоновано використовувати інтегральний показник, який дозволяє здійснювати її моніторинг за такими напрямками оцінки, як стан технічного забезпечення інформаційної діяльності, що включає рівень надійності апаратного і програмного забезпечення, дані стосовно якості інформації, до яких належать такі показники, як релевантність, достовірність, наявність інформаційного шуму. Варто також відзначити групу показників, які характеризують видаткову складову та суттєво впливають на результати інформаційної діяльності.

У якості напрямів подальших досліджень згідно з визначеною проблематикою може слугувати розробка дизайну єдиного інформаційного простору компанії, що зможе об'єднати всі напрямки її діяльності в єдину інформаційну систему та забезпечити максимально можливе використання інформаційного потенціалу. При цьому інформаційна складова має розглядатися як домінуюча сила функціонування фірми, на протипагу

традиційному підходу, що вважає інформаційні напрямки роботи вторинними по відношенню до матеріальної складової. Окрема увага має бути приділена продовженню досліджень методичних підходів до оцінки інформаційної діяльності, адже це питання має особливо важливе значення не тільки з теоретичної, але і з практичної точки зору.

Література

1. Кассон М. Інформація та організація. Новий погляд на теорію фірми / [М. Кассон; пер. з англ. І. Ободовського]. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 366 с.
2. Коуз Р. Фирма, рынок и право / [Р. Коуз; пер. с англ.]. – М.: Новое издательство, 2007. – 224 с. – Библиотека Фонда «Либеральная миссия».
3. ДСТУ 2392-94. Інформація та документація. Базові поняття. Терміни та визначення [Електронний ресурс]. – Чинний з 1995.01.01. – 53 с. // Державна науково-технічна бібліотека України. Відділ нормативно-технічної документації (БД ІРБІС). – Режим доступу: <http://gntb.gov.ua/files/sibid.pdf>.
4. Перевезенцев А. А. Поддержка информационной деятельности на базе конвергенции сервисов и сетей: многоагентная система Инфобот / А. А. Перевезенцев // Новости искусственного интеллекта. – 2003. – № 6. – С. 30–37.
5. Дейкзёл Д. Стратегия информационной деятельности международных гуманитарных организаций [Электронный ресурс] / Д. Дейкзёл, М. Моке // Международный журнал Красного Креста. – 2005. – № 860. – Режим доступа: https://www.icrc.org/rus/assets/files/other/09_irrc_860_dijkzeul_rus.pdf.
6. Стариков Б. П. Телеработа для всех [Электронный ресурс] / Б. П. Стариков. – Режим доступа: <http://www.report.ru>.
7. Шубина О. А. Правовое регулирование информационной деятельности как фактор реализации права на информацию / О. А. Шубина // Информационное общество. – 2010. – № 5. – С. 60–61.
8. Друкер П. Управление нацеленное на результаты / [П. Друкер; пер. с англ.]. – М.: Технологическая школа бизнеса, 1994. – 234 с.
9. Плескач В. Л. Інформаційні системи і технології на підприємствах: підруч. / В. Л. Плескач, Т. Г. Затонацька. – К.: Знання, 2011. – 718 с.
10. Бабинова А. В. Интегрированные информационные системы: анализ и перспективы внедрения в процесс управления предприятием / А. В. Бабинова, И. К. Шевченко // Проблемы экономики. – 2012. – № 2. – С. 23–27.
11. Лопатников Л. И. Экономико-математический словарь / Л. И. Лопатников // Словарь современной экономической науки. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2003. – 520 с.
12. Урікова О. М. Структура і система функціонування інформаційних ресурсів корпоративних підприємств / О. М. Урікова // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» (Логістика). – 2012. – № 735. – С. 229–235.
13. Ілляшенко С. М. Інформаційний потенціал підприємства / С. М. Ілляшенко // Вісник Сумського державного університету (Серія «Економіка»). – 2004. – № 9 (68). – С. 11–18.
14. Байрамукова А. С.-Х. Информационные товары и услуги: специфика, классификация, ценообразование [Электронный ресурс] / А. С.-Х. Байрамукова. – Режим доступа: <http://www.uecs.ru/economics>.
15. Родіонов П. Ю. Управління інформаційною діяльністю підприємства: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / Павло Юрійович Родіонов. – Київ: Нац. авіаційний ун-т, 2015. – 205 с.

References

1. Casson, M. (2008), *Information and organization. A new look at the theory of the firm*. Trans. from Eng. I. Obodovskiy [Informatsiia ta orhanizatsiia. Novyi pohliad na teoriuu firmy; per. s angl. I. Obodovskoho], Publishing house «Kyiv-Mohyla Academy», 366 p. (ukr)

2. Coase, R. (2007), *Company, market and law*. Trans. from Eng. [*Firma, rynek i prawo*], A new publishing house, Library Foundation «Liberal Mission», Moscow, 224 p. (rus)
3. DSTU 2392-94 (1995), *Information and documentation. Basic concepts. Terms and definitions* [DSTU 2392-94. Informatsiia ta dokumentatsiia. Bazovi poniattia. Terminy ta vyznachennia], Derzhavna naukovo-tekhnichna biblioteka Ukrainy. Viddil normatyvno-tekhnichnoi dokumentatsii (BD IRBIS), 53 p., available at: <http://gntb.gov.ua/files/sibid.pdf> (ukr)
4. Perevezentsev, A. A. (2003), *Support for information activities on the basis of the convergence of services and networks: a multi-agent system Infobot* [Podderzhka informatsionnoy deyatelnosti na baze konvergentsii servisov i setey: mnogoagentnaya sistema Infobot], *News of artificial intelligence*, No. 6, pp. 30–37 (rus)
5. Deykzel, D., Moke, M. (2005), *Strategy of international humanitarian organizations information activities* [Strategiya informatsionnoy deyatelnosti mezhdunarodnykh gumanitarnykh organizatsiy], *International Red Cross Journal*, No. 860, available at: https://www.icrc.org/rus/assets/files/other/09_irrc_860_dijkzeul_rus.pdf (rus)
6. Starikov, B. P. *Telework for all* [Telerabota dlya vsekh], available at: <http://www.report.ru> (rus)
7. Shubina, O. A. (2010), *Legal regulation of information activity as a factor of realization of the right to information* [Pravovoe regulirovanie informatsionnoy deyatelnosti kak faktor realizatsii prava na informatsiyu], *Information Society*, No. 5, pp. 60–61 (rus)
8. Drucker, P. (1994), *Managing for results*. Trans. from Eng. [Upravlenie natselennoe na rezultaty], *Technology Business School*, 234 p. (rus)
9. Pleskach, V. L., Zatonatska, T. H. (2011), *Information systems and technology at the enterprises* [Informatsiini systemy i tekhnolohii na pidpriemstvakh], *Znannia*, Kyiv, 718 p. (ukr)
10. Babikova, A. V., Shevchenko, I. K. (2012), *Integrated information systems: analysis and perspectives implementation in the enterprise management process* [Integrirovannye informatsionnye sistemy: analiz i perspektivy vnedreniya v protsess upravleniya predpriyatiem], *Problems of Economics*, No. 2, pp. 23–27 (rus)
11. Lopatnikov, L. I. (2003), *Economic-mathematical vocabulary*. 5th ed. [Ekonomiko-matematicheskii slovar; 5 izd.], *Dictionary of modern economic science*, Delo, Moscow, 520 p. (rus)
12. Urikova, O. M. (2012), *The structure and system of information resources of corporate enterprises operation* [Struktura i systema funktsionuvannya informatsiinykh resursiv korporatyvnykh pidpriemstv], *Proceedings of the National University «Lviv Polytechnic» (Logistics)*, No. 735, pp. 229–235 (ukr)
13. Illiashenko, S. M. (2004), *Information potential of the enterprise* [Informatsiinyi potensial pidpriemstva], *Bulletin of Sumy State University, Economy Series*, No. 9 (68), pp. 11–18 (ukr)
14. Bayramukova, A. S.-Kh. *Information products and services: specificity, classification, pricing* [Informatsionnye tovary i uslugi: spetsifika, klassifikatsiya, tsenoobrazovanie], available at: <http://vwww.uecs.ru/economics> (rus)
15. Rodionov, P. Yu. (2015), *Management of enterprise information activity* [Upravlinnia informatsiinoiu diialnistiu pidpriemstva: dis. ... kand. econ. nauk], *National Aviation University*, Kyiv, 205 p. (ukr)