

Зарудна Н.Я.
викладач-стажист
Тесля Г.В.
викладач
ТДЕУ, м. Тернопіль

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ ПОСТАЧАННЯ

Аналіз ряду наукових публікацій свідчить, що поряд із проблемами управління процесу постачання, недостатньо уваги приділяється також і управлінню – інформаційними потоками. Інформаційні потоки переважно розглядаються як чинник забезпечення ефективного управління іншими ресурсами (матеріальними, фінансовими, трудовими). Це звужує їх роль, не узгоджується стратегічним розумінням того, що на сучасному етапі розвитку економіки інформація стає самостійним виробничим фактором, потенційні можливості якого відкривають широкі перспективи для підвищення курентоспроможності підприємств. Отже, необхідно розвивати теоретичні основи вдосконалення управління підприємством, створюючи достатнє інформаційне забезпечення матеріальних потоків та розробляючи методичні основи розвитку відповідної інформаційної інфраструктури.

Термін „інформація” походить від латинського слова „informatio”, яке має декілька значень:

- роз’яснення, виклад, витлумачення;
- представлення, поняття;
- ознайомлення, просвіта.

Саме слово „informatio” складається з префікса „in-” („в-, на-, при-”) і дієслова „formo” („надаю форму, створюю”), пов’язаного з іменником „forma” („форма”). Видатний український вчений, академік Віктор Михайлович Глушков (1923-1982рр.) вважав, що „інформація у самому загальному її розумінні являє собою міру неоднорідності розподілу матерії та енергії у просторі та у часі, міру змін, якими супроводжуються всі процеси, що протікають у світі”. Тобто інформація створює уявлення про природу та структуру матерії, її впорядкованість та різноманіття. Вона не

може існувати поза матерією, а значить, вона існувала та буде існувати вічно, її можна накопичувати, зберігати та переробляти.

Отже, інформація – це відомості про навколишній світ і процеси, що в ньому проходять, які сприймаються людиною або спеціальними приладами. Це визначення влучно розкриває суть загального поняття інформації, включає засоби сприймання, як головні компоненти, необхідні для її осмислення. Але в умовах конкретної ситуації, на нашу думку, постає завдання проведення комплексу досліджень, кожне з яких вимагає використання певних відомостей. Для конкретизації цих завдань важливо правильно визначити цілі (мету) дослідження. При цьому до цілей можна віднести і окремі ланки роботи підприємства і очікуваний результат. Іншими словами, мета може полягати в попередньому зборі інформації, характеристиці різних статистичних даних, встановленні причинно-наслідкових зв'язків та їх перевірки, виявленні можливих джерел додаткових фінансових надходжень і ресурсних можливостей, залучення потенційних покупців до своєї продукції, а також одержанні максимального доходу. Отже, залежно від мети та напрямку використання інформації залежить не лише її склад, але й джерела. Тому, на нашу думку, правильний вибір джерела дозволяє позбавитися зайвих зусиль по збиранню даних, безрезультатних пошуків інформації, де її не може бути. Для того, щоб уникнути таких пошуків, необхідно:

- по-перше, точно сформулювати завдання дослідження на основі виявлення проблем, які виникли перед підприємством і встановити мету. Чітке визначення проблеми, на вивчення якої повинні спрямовуватися всі зусилля для дослідження, сприяє правильному формуванню завдань, що є важливим кроком, оскільки повне розуміння існуючої проблеми — половина шляху до її вирішення;
- по-друге, вибрати джерела інформації з метою полегшення завдань пошуку необхідної інформації. На цьому етапі фактично здійснюється розробка плану збирання інформації, який теж має надзвичайно важливе

значення, особливо, якщо правильно обрані бази даних (первинні і вторинні);

- по-третє, зібрати інформацію, що є дуже відповідальною справою, оскільки від зібраних даних залежать результати досліджень і саме на цьому етапі формуються основні засади майбутніх рішень;
- по-четверте, здійснити аналіз зібраної інформації. На цьому етапі важливо також правильно вибрати методи та прийоми вилучення необхідних даних з усього масиву накопиченої інформації;
- по-п'яте, подання результатів дослідження. Важливо на цьому етапі досягти дотримання основних вимог, таких як доступність, простота, чіткість.

Дотримання такої поетапності дозволить одержати конкретні результати, необхідні керівництву для прийняття управлінських рішень і покращення взаємодії інформаційного забезпечення з відповідними ланками при мінімальних затратах часу і засобів.

Сьогодні всі підприємства мають великі можливості одержання найрізноманітнішої інформації в процесі здійснення виробничо-господарської діяльності. Ця цінна інформація повинна лише своєчасно збиратися і аналізуватися з точки зору вибору відповідних підходів до стратегічного планування. Однак, на жаль, навіть високорентабельні підприємства недостатньо використовують ці можливості. Обробка подібної стратегічної інформації майже не практикується. А втім, інформаційна база дозволяє здійснити такі важливі ринкові операції як сегментація ринку, оцінка його привабливості, аналіз загальної доходності (прибутковості) підприємства, тощо.

Таким чином, інформаційна база створює умови для розробки відповідних маркетингових стратегій. Але, на жаль, труднощі, затрати часу і засобів на створення хорошої інформаційної бази часто відлякують підприємства і вони не приступають до її формування. На нашу думку, в умовах ринкового середовища надзвичайно важливо перебороти ці

складені часом стереотипи та труднощі і почати розвивати інтегровані бази даних маркетингової інформації, які дозволять чітко орієнтуватися на ринку і приймати єдиноправильні стратегічні рішення.

Отже, ефективність функціонування підприємства знаходиться у прямій залежності від уміння команди менеджерів протистояти несприятливим економічним та ринковим факторам, а тому фінансовий облік передбачає обов'язкові процедури збору і обробки інформації, яка стосується перебігу процесів, виявлення позитивних чи негативних відхилень від запрограмованих цілей, планів та показників діяльності. Ця інформація дозволяє своєчасно приймати рішення, спрямовані на недопущення негативних змін чи на їх нейтралізацію. У свою чергу процесом називається послідовна закономірна зміна певного явища та перехід від одного явища до іншого. Іншими словами, господарська діяльність породжує закономірну і послідовну зміну процесів. Першим із таких процесів на підприємстві є процес постачання. Для нормальної організації ефективного функціонування системи процесу постачання на будь-якому підприємстві не можна не згадувати про роль інформації. Тільки маючи достатньо даних про постачальників, ринок продукції, які постачаються, ціни, про можливість заміни необхідних матеріалів на подібні тощо (і цей список можна продовжувати ще на багато позицій). Тому інформаційне забезпечення процесу постачання є не тільки необхідним, а й у ринкових умовах – без нього неможливо проводити ефективну управління діяльності.

Використана література:

1. Колмогоров А.Н. Три подхода к определению понятия "Количество информации"
2. Пушкар М.С. Фінансовий облік. – Тернопіль: Карт-бланш, 2002. – 628.
3. Збірник праць за всеукраїнською науково-практичною конференцією "Інформація, аналіз, прогноз - стратегічні важелі ефективного державного управління" / Український ін-т науково - технічної і економічної інформації. — К. : УкрІНТЕІ, 2000. — 138с.