

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНОГО МОНІТОРИНГУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Людське суспільство являє собою складну систему суспільних відносин: політичних, соціальних, психологічних, економічних тощо. Від того, якою інформацією (стосовно об'єктів відносин, один одного, наявності певних інституційних чинників) володіють учасники цих відносин, залежить як форма прояву відносин, так і взагалі їх існування. Особливо це актуально в інформаційному суспільстві, в якому наявна інформація постає одним із головних чинників виробництва. В той же час повнота інформації є однією з умов ефективного розподілу ресурсів, а отже, і максимізації випуску товарів та послуг. Тобто у процесі виникнення економічних відносин бажаною є симетричність інформації про певні ознаки та характеристики предмета цих відносин [1, с. 191]. На нашу думку, у період нової складної системи суспільних відносин симетричність інформації тісно пов'язана з ефектом синергізму, що забезпечується широким спектром технологічних, соціальних, економічних, психологічних можливостей, знань і навичок, що притаманні людському суспільству. Зростання масштабів виробництва і, відповідно, чисельності персоналу висувають нові вимоги до якості та достовірності інформації, яка надходить як від зовнішніх, так і від внутрішніх джерел. В цих умовах зростає потреба у якості інформації про стан виробничого процесу. Повнота та достовірність такої інформації залежить від злагодженої та ефективної роботи системи моніторингу. Питання інформаційного моніторингу є досить актуальним, але ще недостатньо дослідженим сьогодні.

Основні аспекти асиметричності інформації та шляхи її попередження досліджувались багатьма вченими. Зокрема, П. Беленький виявив шляхи усунення проблеми неповноти інформації [2]; О. Єлисеєва і М. Зайцева аналізують систему моніторингу як важливу складову процесу управління [3]; Т. Шевченко досліджує сутність асиметричної інформації на прикладі сучасних ринків України [1]. Однак, на сьогодні ще залишаються недостатньо вивченими причини й наслідки асиметричної інформації на ринках з нерозвинутою інфраструктурою.

Метою даного дослідження є узагальнення закономірностей функціонування ринків з асиметричною інформацією та розробка логічної схеми інформаційного моніторингу.

Інформація (в загальному розумінні, як природне явище) – це багаторівнева система динамічних процесів взаємодії потоків даних та структур (контекстів) [2, с. 31]. Необхідно враховувати, що інформація переважно несе в собі культурний контекст відповідно до національних особливостей, що може спричинювати виникнення потенційних бар'єрів при її використанні. За таких умов виникає ймовірність появи специфічних категорій суспільної інформації з неоднозначним чи незрозумілим трактуванням. При цьому необхідно подавати пояснюючу інформацію чи показники, де можна знайти такі пояснення [2, с. 34]. Через неоднозначне трактування інформації виникає таке поняття, як асиметричність інформації та асиметричні відносини.

Асиметричні відносини – це відносини між суб'єктами різної величини, коли одна сторона за основними параметрами значно переважає іншу або, маючи перевагу в одних показниках, значно поступається в інших. Цим відносинам притаманні такі риси, як дисбаланс, диспаритет, нерівноправність [4, с. 11].

Як відомо, асиметричністю в розподілі інформації називається така ситуація, коли частина учасників ринку володіє інформацією, якою не володіють інші зацікавлені особи. Саме така асиметричність інформації є серйозною причиною, що породжує невизначеність ефективного використання засобів і ресурсів. Найчастіше асиметричність інформації проявляє себе на ринках, що мають нерозвинуту інфраструктуру. Це і визначає актуальність розвитку теорії асиметричної інформації в сучасних умовах господарювання. Різні аспекти асиметричної інформації цікавили вчених давно. Перші праці, присвячені цій проблемі, Дж. Ейкерлоф надрукував ще на початку 70-х рр. XX ст. За асиметричного розподілу інформації (коли покупці змушені використовувати ринкову статистику для визначення правдивих характеристик товарів, що відомі лише продавцям) на ринку не укладаються угоди, а за симетричного – вигреш очікує обидві сторони. Асиметрична інформація змушує учасників ринку покладатися на випадок і призводить до ринкового краху [1, с. 192].

Американський економіст М. Спенс показав, яким чином більш поінформовані учасники ринку своєю поведінкою сприяють поширенню інформації про ринкову ситуацію і як працює механізм, коли учасник ринку, краще інформований, ніж інші, робить спроби просунути на ринок свій товар, передаючи

інформацію про нього тим, хто інформований гірше. Вчений задавався питанням: яким чином учасники ринку, інформовані краще, ніж інші, могли б передавати відповідну інформацію так, щоб уникнути ситуації зворотної селекції. Для цього необхідні особливі учасники ринку, які б вживали заходів, пов'язаних з інформуванням інших суб'єктів ринку про свої можливості, а також про цінність та якість своїх продуктів і послуг [1, с. 196-197].

Засобом зменшення негативного впливу інформаційної асиметрії вважається вертикальна інтеграція. Неповнота інформації обумовлює існування трансакційних витрат, для зменшення яких суб'єкти господарювання переорієнтовуються з зовнішніх трансакцій на внутрішні. Варто зазначити, що інтерналізація не усуває проблеми неповноти інформації: вона полягає у відносній простоті її вирішення. Стороння організація не має доступу до внутрішнього механізму управління: запропоновані нею заходи не можуть бути повністю реалізовані без згоди підрядника, а тому і об'єктивно обмежені; необмежений доступ покупця до механізму внутрішнього управління та контролю підрядника (включаючи наймання та звільнення, переміщення робітників та перерозподіл ресурсів) практично нездійснений. Відповідно, враховуючи усі витрати та труднощі контролю виробництва зі сторони, покупець може взяти на себе ризик виконання робіт самостійно [2, с. 59].

Для уникнення значної асиметричності інформації необхідно впроваджувати комплекс заходів, які б унеможливили значне її поширення. Тому часто доводиться чути про так званий інформаційний моніторинг, який полягає у контролі надходження в інформаційне середовище суб'єкта господарювання інформації з метою виявлення важливих та цінних відомостей для забезпечення його діяльності [4, с. 46]. На практиці моніторингова система є досить дорогим, складним і технологічним явищем. При цьому загальносистемний моніторинг діяльності суб'єктів господарювання припускає видачу звітів із агрегованими статистичними даними, тоді як профільний моніторинг – це, насамперед, підхід до опрацювання інформації [3, с. 59]. На основі узагальнення ряду літературних джерел нами запропонована логічна схема інформаційного моніторингу (рис. 1).

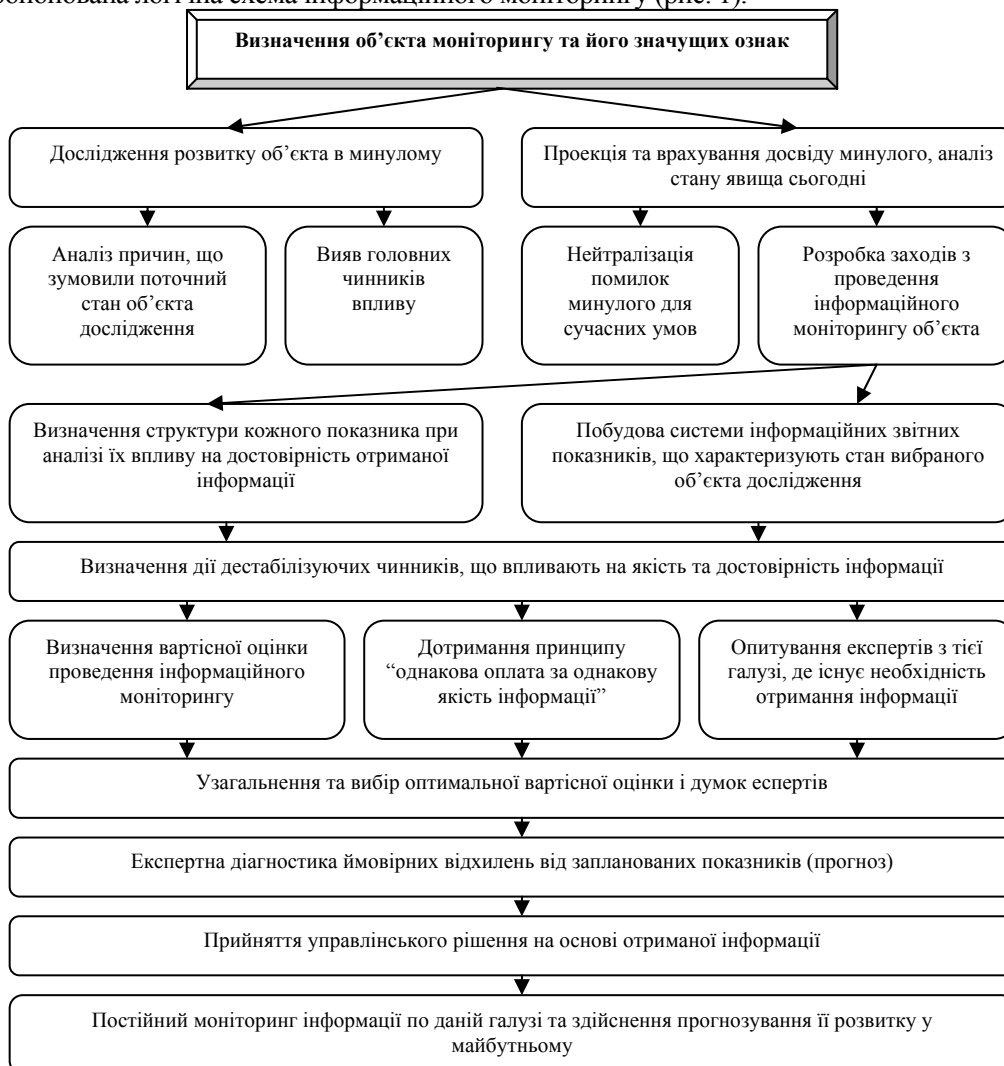


Рис. 1. Логічна схема інформаційного моніторингу

Отже, логічна схема інформаційного моніторингу є досить розгалуженою. Підготовчим етапом проведення інформаційного моніторингу є визначення об'єкта моніторингу. Під об'єктом моніторингу конкретного підприємства ми пропонуємо розуміти будь-який структурний підрозділ, відділ або окремих елемент виробничого процесу підприємства, який в даний момент перебуває в полі зору експерта-дослідника і потребує цілеспрямованого вивчення. Об'єктом моніторингу може бути як окремих елемент підприємства, так і підприємство в цілому. В ході цього етапу відбувається відбір значущих ознак, за допомогою яких у подальшому можна буде глибше аналізувати та структурувати вибраний об'єкт. За цих умов виникає нагальна потреба у визначенні критеріїв аналізу об'єкта, які потрібні для цілеспрямованого вивчення всіх аспектів діяльності підприємства. Потім на основі їхнього узагальнення розробляються рекомендації щодо поліпшення наявного стану. Цей етап здійснюється з метою збору та систематизації інформації, яка містить загальні положення про об'єкт моніторингу і його характерні особливості.

Після проведення підготовчого етапу експерт-дослідник переходить до початкового етапу дослідження, на якому ним всебічно вивчається розвиток об'єкта моніторингу у минулому та його стан на сучасному етапі розвитку. В ході цього етапу обов'язковим є аналіз причин, що вплинули на його розвиток. Це здійснюється для того, щоб у подальшому можна було уникнути дестабілізуючої дії чинників, які негативно впливали на об'єкт моніторингу у минулому. Тут доцільним є детальний аналіз виробничо-господарської діяльності підприємства за останні 2-3 роки. Така потреба виникає у зв'язку з постійним впливом на підприємство зовнішніх чинників, які можуть погіршувати результати діяльності підприємства. Коли об'єктом моніторингу виступає ефективність виробничого процесу, то потреба у дослідженні господарської діяльності підприємства різко зростає. Не є секретом, що успіх підприємства залежить від злагодженої роботи усіх ресурсів підприємства та їхнього ефективного поєднання. Через це аналіз розвитку об'єкта моніторингу у минулому є важливою складовою запропонованої нами схеми.

На нашу думку, після визначення особливостей розвитку об'єкта у минулому доцільним є дослідження стану явища (об'єкта) в сучасних умовах. Корисним ми вважаємо так звану проекцію та врахування досвіду минулого. Під проекцією ми пропонуємо розуміти процес перенесення найважливіших ознак розвитку, якими характеризувався об'єкт у минулі роки, на сучасний етап. Тобто ми вважаємо необхідним порівняння динаміки розвитку попередніх років із періодом, який аналізується сьогодні. Але тут потрібно бути досить обережним, тому що підприємство могло за цей період диверсифікувати виробничий процес. Таке порівняння може бути корисним лише за умови, коли структура та виробничі потужності за ці проміжки часу залишалися незмінними.

Згодом експерт-дослідник переходить до розробки заходів з проведення інформаційного моніторингу вибраного об'єкта. За цих умов ним відбувається нейтралізація помилок минулого і впроваджуються заходи з попередження їх виникнення на сучасному етапі моніторингу. На цьому етапі складається детальний план дій наступних етапів моніторингу. На нашу думку, даний план повинен охопити заходи починаючи від нейтралізації дії дестабілізуючих чинників і закінчуючи заходами прогнозування розвитку об'єкта моніторингу у майбутньому. В ході цього етапу доцільним можна вважати аналіз світового досвіду у галузі інформаційного моніторингу. Як правило, такий досвід допомагає унеможливити виникнення проблем з втіленням моніторингової системи на своєму підприємстві. Але при цьому потрібно зважати ще й на те, що у кожній країні діють свої закони та чинники зовнішнього середовища, які притаманні лише відповідній країні.

Наступним кроком інформаційного моніторингу є визначення структури кожного показника при аналізі їх впливу на достовірність отриманої інформації. Тут необхідною умовою є чіткий вияв дії кожного показника на достовірність інформації. Інформація має свою, притаманну лише їй структуру. Відповідно, достовірніша інформація про об'єкт моніторингу формується шляхом надходження сигналів про його розвиток як від внутрішніх, так і від зовнішніх чинників. Кожен чинник або показник є складовою частиною єдиного цілого – інформації про об'єкт моніторингу. Тому ми вважаємо, що цей етап є найголовнішим в усій логічній схемі інформаційного моніторингу. Якщо в його ході буде допущена хоча б найменша похибка, то подальший хід моніторингу не буде мати того ефекту, якого від нього очікували. Ефективність процесу моніторингу буде залежати від правильного поєднання всіх показників і своєчасного їхнього надходження.

Потім йде оцінювання сили впливу дестабілізуючих чинників на достовірність інформації. Потреба у такому оцінюванні виникає через ускладнення процесу виробництва та підвищення ролі людського чинника як важливого ресурсу підприємства. Як відомо, працівникам властиво втомлюватися у процесі виконання виробничих завдань. Втома негативно впливає на якість та змістовність праці.

Монотонність праці призводить до передчасного зниження трудової активності працівників. Відповідно, монотонність праці надто негативно впливає на кінцеві результати діяльності підприємств.

Ще залишаються дискусійними питання вартісної оцінки інформаційного моніторингу. Досить часто виникає ситуація, коли одним підприємством була оплачена одна ціна інформації, а для інших ця ціна виявилася більшою, хоча згодом з'ясовується, що якість та повнота отриманої інформації нічим не відрізнялися. Тому доцільною є розробка чітких “правил гри”. Кожне підприємство повинно бути поінформоване про наявних на ринку суб'єктів, які здійснюють інформаційний моніторинг на замовлення будь-якого підприємства. На нашу думку, бажаним є прийняття Закону України “Про інформаційний моніторинг”. В даному законі повинні бути передбачені такі положення: створення Наглядового комітету з надання послуг інформаційного моніторингу з визначенням його прав, обов'язків та відповідальності; визначення сутності поняття “інформаційний моніторинг” та його ознак; формування переліку об'єктів, що підлягають інформаційному моніторингу; встановлення критеріїв, за якими об'єкт буде прийматися на інформаційний моніторинг.

Основними функціями комітету пропонуємо вважати: здійснення сертифікації суб'єктів, які мають намір надавати послуги інформаційного моніторингу; ведення Реєстру суб'єктів, які надають послуги інформаційного моніторингу; затвердження програми підготовки осіб, що здійснюватимуть інформаційний моніторинг; здійснення контролю за дотриманням відповідними суб'єктами вимог законодавства; затвердження стандартів інформаційного моніторингу; регулювання взаємовідносин між особами в процесі проведення інформаційного моніторингу; здійснення заходів із забезпечення незалежності осіб при наданні ними послуг інформаційного моніторингу; вжиття заходів у випадку порушення норм професійної етики в ході проведення інформаційного моніторингу; затвердження принципів здійснення вартісної оцінки послуг у сфері інформаційного моніторингу.

Запропонована логічна схема передбачає такий етап, як опитування експертів з тієї галузі, де існує необхідність отримання інформації. На нашу думку, залучення незалежних фахівців допоможе перевірити правильність проведеного моніторингу незалежними суб'єктами. Після цього відбувається узагальнення усіх думок експертів і впровадження пропозицій щодо вдосконалення ситуації, яка склалася з об'єктом моніторингу. Завершальними етапами є розробка прогнозу розвитку об'єкта моніторингу та прийняття на основі отриманих даних управлінського рішення. Етап розробки прогнозу розвитку об'єкта моніторингу потрібен для того, щоб у подальшому при потребі чергового дослідження стану обраного об'єкта були певні розрахункові дані, на які могли б спиратися суб'єкти, що здійснюють моніторинг. Після прийняття рішення існує постійна потреба у моніторингу інформації з даної галузі у майбутньому.

Отже, на основі викладеного вище, можна стверджувати, що праці Нобелівських лауреатів Дж. Ейкерлофа, М. Спенса та Дж. Стігліца мали досить велике значення у процесі дослідження асиметричності інформації. Сьогодні асиметричність інформації набула значного поширення у світовому масштабі. Нами запропоновано логічну схему інформаційного моніторингу, яка включає ряд послідовних етапів, виконання яких забезпечить ефективність роботи з інформацією на будь-якому підприємстві. Необхідність застосування запропонованої схеми інформаційного моніторингу в сучасних умовах зумовлена зміною концепції аналізу отриманої інформації. Відповідно, це впливає на якість інформації, яка отримується в ході проведення її моніторингу. Тому якість і достовірність інформації повинна забезпечуватися: врахуванням дії дестабілізуючих факторів; експертною діагностикою ймовірних відхилень від запланованих показників; визначенням структури кожного показника при аналізі їх впливу на якість інформації; визначенням вартісної оцінки інформаційного моніторингу. Послідовне виконання запропонованих етапів забезпечить ефективність дії системи моніторингу. Ми вважаємо доцільним прийняття Закону України “Про інформаційний моніторинг”, в якому б зазначалися вимоги до суб'єктів господарювання, які мають бажання надавати послуги інформаційного моніторингу. На нашу думку, наявність нормативно-правової бази та органів державного регулювання допоможе уникнути суперечностей між сторонами, що уклали між собою договір на проведення інформаційного моніторингу, та привести у відповідність вартість робіт та обсяги виконаної роботи.

Література

1. Аналіз сутності асиметричної інформації та інформаційна асиметричність на сучасних ринках України [Електронний ресурс] / Т. І. Шевченко // Вісник СумДУ. – Серія Економіка. – 2008. – № 1. – С. 191 – 199. – Режим доступу: [http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2008/1\(111\)/26_Sevch.pdf](http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2008/1(111)/26_Sevch.pdf).
2. Беленький П. Ю., Мікула Н. А., Матвеев Є. Е. Конкурентність на транскордонних ринках / П. Ю. Беленький, Н. А. Мікула, Є. Е. Матвеев. – Львів: Інститут регіональних досліджень НАН України, 2005. – 214 с.

3. Єлисеєва О., Зайцева М. Моніторинг як метод інформаційно-статистичного дослідження стану виробничо-економічних систем / О. Єлисеєва, М. Зайцева // Економіст. – 2007. – № 2. – С. 58 – 60.
4. Крутов В. В. Словник термінів та визначень недержавної системи безпеки України [Електронний ресурс] / В. В. Крутов. – Електрон. текст. – Київ, 2008. – 106 с.