

мереж Петрі можна визначати за наступною формулою:

$$R = p \times c, \quad (2)$$

де R – ризик;

p – ймовірність реалізації загрози;

c – цінність документа (збиток від реалізації загрози).

Побудова моделі процесу за допомогою апарату мереж Петрі дає можливість з високим ступенем точності оцінювати ризики, проводити їх аналіз, виявляти найбільш впливові фактори на процес.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, застосування моделювання з використанням

апарату мереж Петрі дозволяє формувати оптимальний шлях документа без підвищення трудомісткості виконання даного процесу. Запропонована методика може використовуватися не тільки для договорів закупки, а й для інших категорій документів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Александров Д. В. Методы и модели информационного менеджмента / Д. В. Александров, А. В. Костров, Р. И. Макаров, Е. Р. Хорошева; под ред. А. В. Кострова. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 336 с.
2. Юдицкий С. А. Сценарный подход к моделированию поведения бизнес-систем / С. А. Юдицкий. – М. : СИНТЕГ, 2001. – 112 с.

УДК 334

Коваленко О.О.

кандидат технічних наук,

доцент кафедри економічної кібернетики

Вінницького національного аграрного університету

ЯКІСНІ КРИТЕРІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА З ВИКОРИСТАННЯМ НАУКОВО-ПРАКТИЧНИХ ПІДХОДІВ МЕНЕДЖМЕНТУ ВРАЖЕНЬ

У статті розроблені підходи до формування якісних критеріїв ефективності інформаційного середовища організації на основі науково-практичних підходів менеджменту вражень. Результатом досліджень є визначені таблиці відповідності критеріїв ефективності, враження персоналу та доповнена карта Захмана з акцентуванням висвітлення питання відчуттів. Запропонований підхід дозволить більш достовірно виконати експертну оцінку ефективності інформаційного середовища.

Ключові слова: менеджмент вражень, інформаційне середовище, інформаційні системи, відчуття зручності, критерії ефективності.

Коваленко Е.А. КАЧЕСТВЕННЫЕ КРИТЕРИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЫ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ МЕНЕДЖМЕНТА ВПЕЧАТЛЕНИЙ

В статье разработаны подходы к формированию качественных критериев эффективности информационной среды организации на основе научно-практических подходов менеджмента впечатлений. Результатом исследований являются определенные таблицы соответствия критериев эффективности, впечатление персонала и дополнена карта Захмана с акцентированием освещения вопроса ощущений. Предложенный подход позволит более достоверно выполнить экспертную оценку эффективности информационной среды.

Ключевые слова: менеджмент впечатлений, информационная среда, информационные системы, ощущение удобства, критерии эффективности.

Kovalenko O.O. QUALITATIVE PERFORMANCE CRITERIA INFORMATION ENVIRONMENT USING RESEARCH-PRACTICE APPROACHES IMPRESSIONS MANAGEMENT

This paper developed approaches to the formation of high-quality performance criteria for protection of information from scientific and practical approaches of management experience. The result of research is defined table matching the criteria of efficiency, impressed the staff and supplemented card Zachman with accent lighting issues sensations. The proposed approach will more reliably perform an expert evaluation of the effectiveness of the information environment.

Keywords: management experience, information environment, information systems, sense of convenience, performance criteria.

Постановка проблеми. Розвиток інформаційних технологій ніколи не був окремим напрямком. Інновації в менеджменті, економіці, маркетингу, технологічних процесах сьогодні активно супроводжуються і, навіть, координуються інструментами інформаційного середовища організації. Поняття ефективності інформаційного середовища та її оцінка є питанням дискусійним і парадоксальним [1]. Дуже часто при виконанні аудиту інформаційного середовища використовують експертні оцінки, що базуються на враженнях та відчуттях користувачів. Саме це обумовлює актуальність дослідження оцінки ефективності інформаційного середовища на основі науково-практичних підходів менеджменту вражень.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Наукові праці, які були використані для дослідження, можна розділити на дві групи. Перша – роботи В. Пекара, П. Шеремети, П. Пейна, Дж. Шелдрейка, У. Авраменко, С. Годіна з питань розвитку менеджменту, маркетингу та економіки вражень [1-6]. Друга група – роботи з питань оцінки ефективності інформаційних технологій таких авторів, як П. Страсман, К. Зімін, С. Бір, Б. Гейтс та інші [7-10]. Розвиток ІТ-інфраструктури, поєднанням загальних ІТ-цілей розвитку організації представлений в роботах Дж. Захмана, С. Карпенко та інших авторів [11-14]. Аналіз та поєднання цих досліджень, власний досвід автора дозволив визначити нові підходи до оцінки ефективності інформаційного середовища.

Постановка задачі. Метою досліджень є використання основних положень економіки вражень для визначення якісних критеріїв ефективності інформаційного середовища.

Результати дослідження. Сучасні інформаційні технології дозволяють відчувати себе лідером серед інноваторів, кращим серед інших. Оптимальний – кращий серед інших – це вже найперше відчуття лідерства.

Другим критерієм ефективності інформаційного середовища, відповідно – менеджменту вражень, є зручність – все під рукою, використання традиційних образів (наприклад, робочий стіл); реалізація контрольних та аналітичних функцій.

До третього критерію відноситься можливість інформаційної підтримки за допомогою інструментів менеджменту знань (звуків та відеопідказки; онлайн-помічник; традиційна текстова допомога; можливість онлайн спілкування з колегами тощо).

Четвертий (а за важливістю – перший) критерій – відповідність формування інформаційного середовища ІТ-цілям та загальній стратегії підприємства. Ми не просто використовуємо інформаційне середовище тому що це модно і вже прийнято. Ми вибудовуємо його так, як диктують нам поставлені цілі бізнесу, організації. І навпаки, можемо змінити цілі, якщо сучасні інструменти інформаційного середовища цього вимагають.

В. Пекар у своїй статті згадує закон Лінуса. Не дарма Лінус Торвальдс, творець операційної системи LINUX, напівжартома-напівсерйозно стверджує: все, що створила природа або винайшла людина, історично проходить через три етапи: коли це використовується для живання, коли стає частиною суспільного укладу, коли це використовується для задоволення [1].

Для виживання підприємства використовують інформаційні технології у випадках виконання обов'язкового звітування перед податковою інспекцією, а також для налагодження свого позиціонування у мережі. Особливо

актуальним це є для підприємств і установ, які безпосередньо залежать від масового споживача. Наприклад, в умовах великої конкуренції, вищі навчальні заклади стали активніше звертати увагу на рейтинг Вебометрікс, який вимірює їх присутність в Інтернет.

Для сучасних організацій інформаційне середовище стало її невід'ємною частиною, як традиційні приміщення, обладнання. А соціальні корпоративні мережі та колективне інформаційне середовище для творчих проектів приносить не тільки прибуткові результати, а й задоволення.

Визначені критерії ефективності були використані для оцінки інформаційного середовища електронної системи управління навчанням «Сократ» Вінницького національного аграрного університету.

Сформуємо таблицю відповідності частини ІТ-стратегії за вибраними цілями. Визначимо кількісний показник економії (економія робочого часу; зменшення кількості персоналу; зменшення часу формування звітних інформаційних документів, економія паперових носіїв тощо) та відчуття різних груп користувачів.

Концептуальним ядром ефективності інформаційних систем є використання стандарту COBIT 4.1. Головні напрями процесів інформаційних систем, які можна використати для формування ефективного інформаційного середовища, можна проаналізувати на рівні відчуттів користувачів.

Планування та організація включає стратегію і тактику, а також визначення способів найбільш ефективного використання ІТ для досягнення цілей організації. Відчуття керівництва – інформаційна система університету – не просто «модна іграшка кібернетиків», а підсистема, що дозволяє покращити імідж університету, родзинка наукових досліджень, інновація, в якій університет може бути лідером та інструмент для ефективного управління навчальним процесом.

Таблиця 1

Показники та відчуття відповідності цілям

Цілі	ІТ-цілі	Кількісний показник економії	Відчуття
Покращення іміджу ВНАУ	Розробка сайтів наукових журналів; Підвищення ступеня представлення діяльності університету в Інтернет-просторі	Збільшення кількості абітурієнтів на 3%	Абітурієнти – дійсно достойний заклад. Студенти, викладачі, співробітники – гордість, відчуття бренду успішного закладу. Автори електронної системи: відчуття лідерства в напрямку впровадження інформаційних систем. Абітурієнти напрямку «Економічна кібернетика» – викладачі – не теоретики та дійсно можуть нас навчити практичним задачам», відчуття захищеності в майбутньому
Використання ліцензованих програм та підвищення надійності апаратного забезпечення	Поновлення програмного забезпечення	Підвищиться захист від несанкціонованого доступу до ОС на 90% та швидкість виконання процесів на ПК на 30%	Відчуття безпеки
Формування якісних звітних матеріалів; Підвищення якості навчального процесу	Поновлення апаратного забезпечення	Підвищення продуктивності праці студентів та співробітників на 40%	Зручність, сучасність, для студентів – традиційність та звичка бути в мережі
Підвищення продуктивності праці	Навчання персоналу університету новим ІТ-технологіям	Збільшення продуктивності праці на 30%	Відчуття змін (не завжди позитивне), при якісному навчанні – зручність, швидкість
Розширення міжнародних зв'язків	Покращення іміджу ВНАУ в Інтернет	Збільшення кількості англomовних відвідувачів сайту, що призведе до підвищення рейтингу ВНАУ серед університетів світу (Webometrics) на 1%	Гордість за науковий бренд університету
Швидке виконання та прийняття управлінських рішень	Доробка автоматизованої системи документообігу	Підвищення швидкості виконання управлінських рішень на 50%, а також зменшення часу формування звітних інформаційних ресурсів на 60%	зручність, комфортність (все під рукою – на екрані).

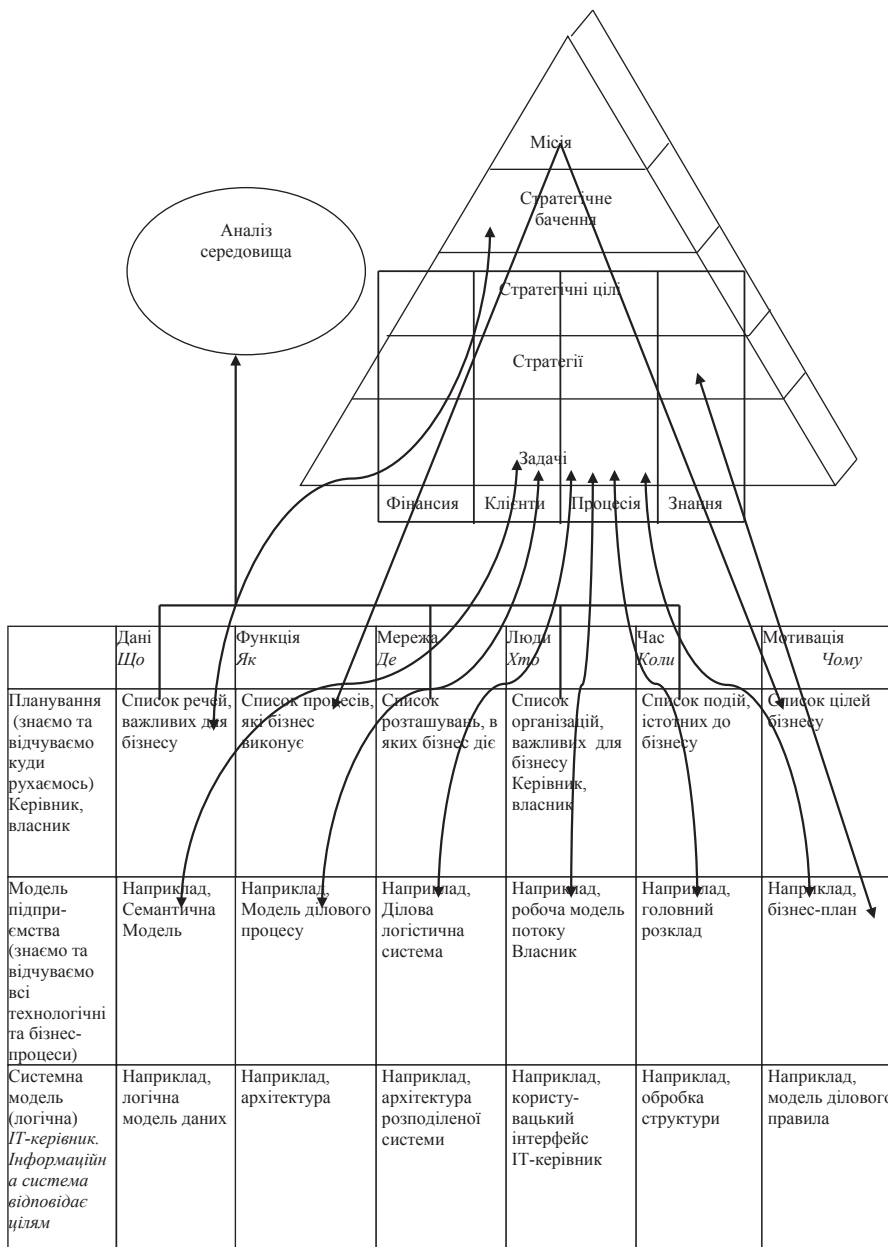


Рис. 1. Узагальнена модель Захмана з урахуванням відчуттів

Використання та адаптація стандарту дозволяє забезпечити відчуття безпеки і безперервності навчання, ефективну обробку даних за різними запитами осіб, що приймають управлінські рішення.

Моніторинг та оцінка якості IT-процесів здійснюється як з технічного напрямку, так і з погляду користувачів, адаптація системи під нові задачі та зміни в стандартах навчання. Стандартизація та регламентація IT-процесів передбачає дотримання вимог організації та умов жорсткої економії ресурсів, а також ефективного використання цих ресурсів. Правило двох дзеркал, коли інформаційне середовище є віддзеркаленням діяльності організації та інформаційна система містить еталон організації, на яку вона рівняється, дозволяє визначити IT технології не тільки як інструмент ведення діяльності, а й стимулятор до її удосконалення (табл. 1) [11].

Відчуття – ми тримаємо руку на пульсі (маємо звітні матеріали) і можемо вчасно змінити ситуацію на краще.

Для розвитку оцінки відчуттів користувачів інформаційного середовища, доцільно розглянути та удосконалити модель Захмана (рис. 1), яка була сформована для IT-архітектури, а сьогодні використовується також для оцінки ефективної діяльності організації.

Узагальнення підходу Дж. Захмана було запропоновано в роботах Є.Б. Зіндера та розвинено С.А. Карпенко [12-14]. Основна ідея полягає в забезпеченні можливостей відображення постійного розвитку підприємства (та його інформаційних систем) як безперервної послідовності трансформацій. Узагальнюючи наукові праці та практичний досвід використання моделі Дж. Захмана, ми сформуваємо концептуальну модель стратегічного розвитку організації з урахуванням відчуттів користувачів.

Відчуття персоналу – це не завжди об'єктивна оцінка. Особливо це стосується співробітників похилого віку, далеких від інформаційних технологій, традиційних поглядів, які не мають бажання навчатися та впроваджувати нові технології. Задача методиста, що впроваджує інформаційну систему, – знайти компроміс адаптації системи та користувачів до нового стану та зміни відчуттів з негативних до позитивних.

Висновки. Результатом досліджень є визначені відповідності критеріїв ефективності, враження персоналу та доповнена карта Захмана з акцентуванням висвітлення питання відчуттів при впровадженні єдиного інформаційного середовища в організації.

Стаття входить до низки праць рубрики «Менеджмент вражень – мрія чи реальність» за результатами досліджень вчених з менеджменту, економіки, інформаційних технологій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Пекар В. Введение в экономику впечатлений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pekar.in.ua/ExperienceEconomics.htm> / – Название с экрана
2. Шеремета П. Тотальный маркетинг в экономике вражень / П. Шеремета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://innovations.com.ua/uk/articles/4/18/744>. – Назва з екрану
3. Пайн II. Б. Джозеф Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена [Текст] / Б. Джозеф Пайн II., Джеймс Х. Гилмор. – М.: Издательство «Вильямс», 2005. – 304 с.
4. Шелдрейк Д. Теория менеджмента: от тейлоризма до японизации СПб.: Питер, 2001. – 352 с.
5. Авраменко У. А. Инструменты маркетинга впечатлений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.be5.biz/ekonomika1/r2009/2183.htm> (дата обращения: 10.10.2013).
6. Годин С. Доверительный маркетинг. Как из незнакомца сде-

- лять друга и превратит его в покупателя / Сет Годин; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 246 с.
7. Strassmann P. A. The Squandered Computer — Evaluating the Business Alignment of Information Technologies. Information Economics Press, 1996, – 232 p.
 8. Бир С. Кибернетика и менеджмент. – М.: КомКнига, 2011. – 280 с.
 9. Гейтс Б. Бизнес со скоростью мысли. – М.: Эксмо-пресс, 2001. – 480 с.
 10. Зимин К. Исследования экономической эффективности инвестиций в ИТ. Результаты научно-исследовательского проекта IT-VALUE.RU, 2011 г. – http://www.itmane.ru/doc/conf2012/Zimin_Konstantin-issledovanie_ekonomicheskoy_effektivnosti_investicii_v_IT.pdf.
 11. Коваленко О. О. Створення інформаційного мережевого простору організації. Методологія та моделювання: Монографія. – Вінниця: ВЦ ВФЕУ, 2009. – 232 с.
 12. Zachman J. A. A Framework for Information System Architecture. IBM System Journal, vol. 26. – № 3. – 1987.
 13. Зиндер Е. Архитектура предприятия в контексте бизнес-реинжиниринга. «Intelligent Enterprise/Корпоративные системы». – №4. – №7. – 2008.
 14. Карпенко С. Применение модели Захмана для проектирования ИТ-архитектуры предприятия // Информационные технологии. – Режим доступа: <http://www.management.com.ua/ims/ims177.html>. – Заголовок с экрана.

УДК 338

Малахай І.Д.*аспірант кафедри економічної кібернетики
Донецького національного університету*

КОНЦЕПЦІЯ ВАРТІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Визначено сутність основних категорій у системі оцінки вартості підприємства. Встановлено сутність концептуальних категорій щодо вартісно-орієнтованого управління підприємством. Проведено аналіз і синтез існуючих підходів та методів щодо вартісно-орієнтованого управління підприємством. Розроблено концепцію вартісно-орієнтованого управління підприємством.

Ключові слова: оцінка вартості, фінансовий менеджмент, вартісно-орієнтоване управління, імітаційне моделювання, концепція вартісно-орієнтованого управління підприємством

Малахай І.Д. КОНЦЕПЦИЯ СТОИМОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Определена сущность основных категорий в системе оценки стоимости предприятия. Обозначена сущность концептуальных категорий стоимостно-ориентированного управления предприятием. Проведен анализ и синтез существующих подходов и методов стоимостно-ориентированного управления предприятием. Разработана концепция стоимостно-ориентированного управления предприятием.

Ключевые слова: оценка стоимости, финансовый менеджмент, стоимостно-ориентированное управление, имитационное моделирование, концепция ценностно – ориентированного управления предприятием.

Malakhay I.D. THE CONCEPT OF VALUE-BASED COMPANY MANAGEMENT

The essence of the main categories in the system of company valuation. The essence of conceptual categories on value-based management. The analysis and synthesis of existing approaches and practices for value-based management. The concept of value-based management.

Keywords: valuation, financial management, value-based management, simulation, the concept of value-based business management.

Постановка проблеми. Динамізм та складність світових тенденцій макроекономічного розвитку, глобалізація ринків, загострення конкурентної боротьби призводять до трансформації концепцій управління підприємством, суттєво змінюють цілі, цінності, критерії, системи і методи управління. Особливої актуальності в сучасних ринкових умовах набуває розвиток та вдосконалення діяльності підприємства на підставі управління його вартістю.

Об'єктом управління при використанні практики вартісно-орієнтованого управління (англ. Value-based management, VBM) є вартість компанії, при цьому вартість компанії не тотожна балансової вартості її активів. У вузькому сенсі, вартість, про яку піде мова в статті, визначається через ринкову капіталізацію. У широкому сенсі це оцінка досягнутого положення на ринку. При цьому розглядається поточне положення і потенціал розвитку на чотирьох основних ринках, у боротьбу на яких залучені сучасні компанії: ринку продукту, ринку капіталу, ринку трудових ресурсів і ринку корпоративного управління і контролю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема оцінки вартості підприємства має досить широке

висвітлення у джерелах сучасної наукової економічної літератури. Так, у якості теоретичної основи роботи застосовувалися праці таких відомих авторів таких як В.С. Балабанов, І.О. Бланк, В.С. Валдайцев, А.Г. Грязнова, В.В. Ковальов, Ю.Г. Лисенко, Г.В. Савицька, М.А. Федотова, А.Д. Шеремет.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вартісно-орієнтоване управління забезпечує динамічні високі результати підприємства, спираючись на сильні сторони фінансово-орієнтованих інструментів, таких як економічна цінність і його похідні, додавши перспективи клієнтів та інших зацікавлених сторін, які призводять підприємство до успіху або невдачі.

VBM – комплексний підхід до управління діяльністю організації, який гарантує, що ефект від вкладених активів зацікавленими сторонами є максимальним. Ефект від вкладених активів може бути у вигляді прибутку, отримання інвестицій, лояльних клієнтів і задоволених співробітників, або, у разі державних відомств, задоволених платників податків і споживачів послуг.

Класифікуємо і узагальнимо дослідження у сфері управлінського обліку через призму вартісно-орієнтованого управління, яка зводиться до поетапного