

## КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ ІНФОРМАЦІЇ В КОНТЕКСТІ АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

*Окреслено межі поняття інформація як підґрунтя для системи інформаційно-аналітичного забезпечення малих та середніх вітчизняних підприємств із обмеженим бюджетом на інформаційні системи підтримки управлінських рішень, а також запропоновано визначення самого поняття в рамках заданої предметної області. Методом спостереження, аналізу та синтезу створена багатовимірною концептуальна модель інформації, що містить необхідний та достатній для проведення інформаційно-аналітичної роботи набір параметрів. Описана модель інформації може бути застосована як теоретична база для наукових розробок у сфері проектування технологій та систем інформаційно-аналітичного забезпечення підприємств, маючи при цьому певні перспективи застосування і в інших галузях науки.*

Ключові слова: *інформація, модель інформації, аналітика, інформаційне забезпечення підприємств, класифікація інформації, конкурентоспроможність.*

JEL: C42, C81

**Постановка проблеми.** Нині очевидним є факт, що для ефективної діяльності підприємств інформація є стратегічним ресурсом. Проблема забезпеченості інформацією постає більш гостро при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності у різних формах. Для великих компаній стандартною практикою є функціонування підрозділів, що здійснюють інформаційно-аналітичну підтримку прийняття управлінських рішень, що в черговий раз доводить важливість постійної і якісної забезпеченості інформацією.

Для вирішення такого роду проблем на вітчизняних малих та середніх підприємствах потрібно чітко ідентифікувати поле та базу для роботи аналітика. В даному контексті поняття інформація є базовою структурною одиницею та може одночасно виступати ресурсом (вихідні дані), інструментом, продуктом (результатом). Саме тому надзвичайно актуальною є проблема окреслення меж поняття інформація у контексті інформаційно-аналітичного забезпечення підприємств. Також варто зазначити, що загальноприйнятого у всіх галузях науки чіткого визначення та універсального визначення самого поняття інформація не існує.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Поняття інформації розглядало багато вчених у всіх галузях науки. Так, дослідженням даного поняття займалися такі видатні світові вчені, як Н. Вінер, К. Шенон, В. І. Вернадський, Е. Тофлер, А. Хорі та інші. Із українських вчених слід відмітити роботи Г. Г. Почепцова, О. М. Ляшенко, З. В. Партико, В. П. Камша та інших.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Незважаючи на великий науковий доробок згаданих вчених, у переважній більшості ні в кого із них концепція інформації не розглядається з ракурсу інформаційно-аналітичного

забезпечення підприємств. Існує багато напрацювань у теорії інформації, кібернетиці, інформатиці, проте в них відсутній розгляд даного поняття саме в контексті інформаційного забезпечення, комерційної розвідки чи бізнес-аналітики.

**Постановка завдання.** Основним завданням даного дослідження є аналіз та визначення меж поняття “інформація”, а також його властивостей і характеристик саме в аспекті інформаційного забезпечення та інформаційно-аналітичної роботи на підприємстві, враховуючи науковий доробок провідних вчених.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Цілком очевидним на сьогоднішній день є той факт, що ефективне функціонування будь-якого підприємства неможливе без такого фактора виробництва, як інформація. Тому, розглядаючи процеси інформаційного забезпечення підприємств, доцільно ретельно проаналізувати саме поняття інформації як базової складової частини предмета інформаційно-аналітичного забезпечення підприємств, адже сам цей процес, направлений на збір, обробку та надання інформації керівництву, а також створення (видобування) нової інформації на базі існуючої.

Так, у праці О. М. Ляшенко описано, що застосування найбільш ефективних форм управління виробництвом нерозривно пов'язане з активним використанням інформаційного середовища підприємства, стан якого визначається специфічними видами ресурсного забезпечення виробництва – інформаційними ресурсами. Саме ж внутрішнє інформаційне середовище управління підприємством формується трьома інформаційними потоками, що витікають із відповідних видів управління, а саме фінансового, виробничого, збутового. При дослідженні системи управління отримана в результаті інформація визначає ефективність управління самим підприємством [1, с. 20]. Саме тому важливо надати цьому поняттю чіткої форми та категоріального смислу в даному контексті.

В найбільш широкому трактуванні інформація – це абстрактне поняття, що відображає дані про будь-що незалежно від форми їх подання. Слово “інформація” походить від лат. *informatio*, що в перекладі означає відомості, роз'яснення, ознайомлення. Перші згадки про дане поняття сягають ще античної філософії [2]. До початку промислової революції визначення суті даного поняття залишалось переважно прерогативою філософів. В ХХ ст. питаннями теорії інформації стали займатись такі науки, як кібернетика та інформатика. На сьогоднішній день даний термін, крім вищезгаданих наук, розглядається у дуже багатьох галузях знань: у системології, фізиці, математиці, юриспруденції, в теорії управління тощо.

На нашу думку, найбільш узагальненим є визначення згідно із Законом України “Про інформацію”: інформація – це будь-які відомості або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді [3]. Проте зрозуміло, що для інформаційно-аналітичної роботи такого тлумачення явно недостатньо, адже сюди не включені характеристики та властивості інформації, способи її передачі тощо.

Для чіткого опису даної категорії спершу доцільно провести аналіз робіт видатних науковців щодо визначення та трактування поняття “інформація”. Наперед доцільно відмітити, що хоч майже ніхто із вчених-класиків не розглядав дане поняття у прив'язці до інформаційно-аналітичної роботи, але їхнє бачення вважаємо надзвичайно актуальним і будемо інтерпретувати відповідно до потреб даного дослідження.

Так, американський інженер та математик Клод Шенон, засновник теорії інформації, розглядав дане поняття з точки зору технічної специфіки процесу передачі інформації [4]. Така система складається із джерела інформації, що виробляє первинну інформацію

або повідомлення, призначене для передачі; передавача, який кодує або модулює цю інформацію найбільш відповідним чином; та каналу, по якому закодована інформація, або сигнал, передається до пункту прийому. Під час передачі сигнал може бути викривлений шумом – на схемі вказане джерело шуму (рис. 1.1). Прийнятий сигнал йде до приймача, який декодує або демодулює його, щоб відновити первісне повідомлення, а потім до пункту призначення інформації.

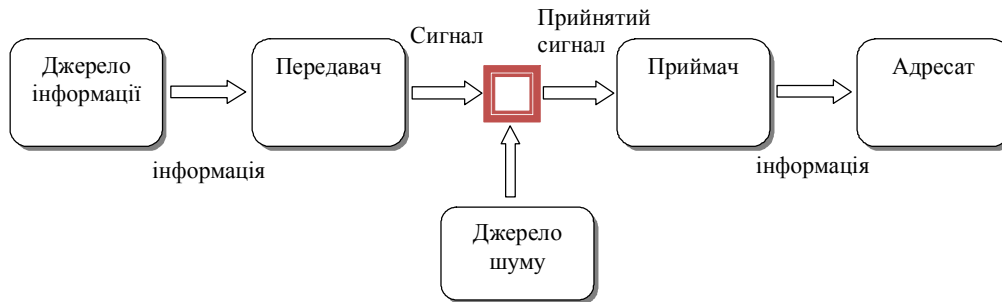


Рис. 1.1. Схема передачі інформації за Шеноном [4, с. 404]

Окремим важливим моментом досліджень Шенона варто відзначити питання вимірювання інформації. Але перш ніж перейти до розгляду цього питання, необхідно обґрунтувати точний смисл поняття “інформація” з точки зору даної науки (хоча, згідно з поглядами автора, це є зовсім не важливим для вирішення проблеми передачі інформації – ще один доказ багатогранності та всеохоплення поняття “інформація”).

Згідно з його теорією, важливою властивістю передачі інформації є те, що кожне конкретне повідомлення вибирається із деякої множини можливих повідомлень. Передачі підлягає одне повідомлення, обране джерелом інформації. Первинне повідомлення може бути відновлене в пункті прийому в тому і лише в тому випадку, коли передається лише таке, однозначним чином вибране повідомлення. Таким чином, інформація в його трактуванні повинна знаходитись у зв'язку з поняттям вибору з множини можливих результатів [4, с. 405].

Тобто якщо узагальнити сказане вище, інформацією згідно з Шеноном є осмислений, актуальний для реципієнта набір сигналів. У контексті даного дослідження це означає, що згідно з підходом Шенона для підприємства, яке реалізує будматеріали, дані про врожайність пшениці в якомусь регіоні не будуть інформацією, в той час як для виробників хлібобулочних виробів – будуть одними з найважливіших інформаційних джерел для прийняття рішень.

Норберт Вінер, видатний американський вчений-математик та філософ, основоположник кібернетики та теорії штучного інтелекту, мав дещо схожу точку зору на трактування поняття “інформація”. Передача інформації, як він стверджував, можлива лише як передача альтернатив. Телефон та телеграф можуть виконувати свої функції тільки в тому випадку, коли повідомлення, що передаються ними безперервно, змінюються, причому ці зміни не визначаються повністю попередньою частиною повідомлень. З іншого боку, ефективне проектування телефону та телеграфу можливе тільки при тій умові, що зміна повідомлень, які передаються, підпорядковується яким-небудь статистичним закономірностям. У своїй статистичній теорії кількості інформації за одиницю інформації браласть кількість інформації, що передається при одному виборі між рівномірними альтернативами.

Також у своїй праці Н. Вінер згадує, що до такого висновку він дійшов практично одночасно із Р. А. Фішером, К. Шеноном, а також А. Н. Колмогоровим [5, с. 54]. Поняття кількості інформації цілком природно пов'язують з класичним поняттям статистичної механіки – поняттям ентропії. Як кількість інформації в системі є мірою організованості системи, так само й ентропія системи є мірою деорганізованості системи; одне рівне іншому, взятому з протилежним знаком [5, с. 55].

Таким чином, ми бачимо, що Норберт Вінер виділяє та розмежовує поняття “повідомлення” та “інформація”. Повідомлення – це будь-яка інформація, яка направлена на приймач (технічний чи біологічний), а інформація – це важливі дані, що цікавлять адресата. Таке виокремлення та поділ є головною характерною рисою функціональної концепції інформації, про яку йтиметься нижче.

В контексті ж нашого дослідження трактування інформації Н. Вінером означає, що повідомлення для підприємства – це абстрактна інформація (вона включає актуальний і неактуальний набір даних), а власне “інформація” в трактуванні Н. Вінера – це інформація, яка є актуальною для даного підприємства.

Інший варіант трактування категорії інформація пропонує Е. Тофлер. Як згадується в його праці “Шок майбутнього”, чим вище рухатись по часовій шкалі еволюції, тим частіше і швидше змінюються образи та ідеали, що сприймаються суспільством [6]. Однією з причин “збільшення обороту” внутрішніх образів реальності може бути збільшення потоку імідж-складових інформаційних повідомлень, що діють на сенсорні системи людини. І хоч це явище недостатньо досліджене, але зрозуміло, що частота впливу стимулів, несучих імідж, на індивідуум збільшується. У контексті даного дослідження це означає, що інформація значно швидше втрачає актуальність і ця швидкість збільшується постійно. Таким чином, для підприємства особливо актуальними стають джерела, які забезпечують оперативні, тактичні дані для прийняття рішень.

Проте із зовнішнього світу ми отримуємо і кодовані інформаційні повідомлення. Кодована інформація – це інформація, зміст якої відомий тільки знаючим код. Всі мови, на чому вони б не базувались – мова слів, жестів, барабанів, ієрогліфічне, піктографічне чи вузлове письмо, – є кодами. І вся інформація, яка передається засобами мов, також кодована. Ми можемо з відносною часткою надійності вважати, що в міру того, як суспільство росте і ускладнюється, збільшується кількість кодів для передачі образів від однієї людини до іншої та, відповідно, відносна кількість некодованої інформації, що отримує звичайна людина, зменшується. Іншими словами, на сьогодні більша частина системи образів будується на основі інформаційних повідомлень, створених людиною, а не на основі особистих спостережень, “некодованих” явищ. Далі ми можемо вказати відмінності в самій кодованій інформації: вона може бути розпливчатою, розтягнутою, неструктурованою і невідредагованою, тобто інформацією побутового, буденного рівня. Також вона може бути ретельним чином структурованою, підбраною, підготовленою спеціалістами.

Індустріальна революція, сприяючи небувалому розвитку засобів масової інформації, вносить корінні зміни в природу інформації, що отримує звичайна людина. На додачу до некодованих повідомлень, що отримуються з оточуючого середовища, індивідуум отримує все більшу і більшу кількість кодованих та попередньо підготовлених повідомлень. Такі повідомлення є цільовими, вони кардинально відрізняються від некодованих, будучи більш стиснутими, жорстко організованими та менш розпливчастими. Вони підкоряються певній цілі, в них відсутні непотрібні повтори,

також вони спеціально створені для того, щоб вміщувати максимальну кількість інформації (теоретики комунікації називають подібні повідомлення “інформаційно збагаченими”).

Таким чином, ми бачимо, що Елвін Тофлер розглядає поняття “інформація” більшою мірою із суспільної точки зору, з позицій індивіда, що, однак, не зменшує актуальності його праць для системи інформаційного забезпечення, адже аналітичний підрозділ, так само як і конкретний індивід (одиниця суспільства), піддається в деякій мірі тим самим законам інформаційної взаємодії. Також не варто забувати, що попри наявність великої кількості технічних автоматизованих засобів для роботи з інформацією – збором, обробкою та інтерпретацією даних займається, в першу чергу, людина.

Також варто згадати про такий термін у сучасній науці, як інформологія, запропонований іранським вченим А. Хоррі. Він вважає інформологію дисципліною, що вивчає саме поняття інформації як фундаментальну галузь науки, досліджуючи її структуру, охоплення та різноманітні аспекти без прив'язки до конкретних інформаційних систем. Для дослідження поняття “інформація” автор пропонує два підходи: математичний та семантичний. Незважаючи на те, що на перший погляд ці підходи є контраверсійними, вони мають багато спільного. Математичний підхід вимірює інформацію на стадії її створення та надсилання, в той час як семантичний – пропонує вимірювання (оцінювання) інформації на стадії її отримання реципієнтом. Таким чином, математичний та семантичний підхід, згідно з положеннями автора, працює з однією і тією ж предметною областю, тільки з різних точок зору [7, с. 9].

Тут слід відмітити, що концепція інформології, запропонована А. Хоррі, розроблена окремо та незалежно від російських вчених на чолі з І. Й. Юзвішиним з його працею “Інформаціологія”, яку більшість вчених не визнають.

Окремим чином варто розглянути працю В. М. Глушкова – вітчизняного математика та кібернетика. Підхід В. М. Глушкова був характерний вивченням логіки мислення в його інформаційному аспекті (зокрема, в контексті інформаційного моделювання). Інформаційний аспект мислення стосується всього мислення загалом так само, як абстрактні математичні моделі різноманітних явищ реального світу стосуються самих цих явищ. Основою інформаційного підходу до вивчення процесів мислення є абстрагування. При цьому відволікаються, як правило, від фізичної, а тим більше, від біологічної та соціальної сутності процесу мислення, розглядаючи його лише як процес перетворення інформації [8, с. 14].

Інформаційний підхід до вивчення явищ передбачає абстрагування від багатьох властивостей реальних носіїв інформації, хоча межі такого абстрагування досить умовні і визначаються специфікою вирішуваних задач. Так, від характеру шрифту або матеріалу, за допомогою якого здійснений запис інформації. Інформаційна сутність літер як засобів вираження лексичної інформації не залежить від того, написані вони від руки, надруковані у друкарні чи висічені на камені. Тим не менше, існують випадки, наприклад у криміналістиці, коли основну роль відіграють не самі букви, а інформація про почерк і навіть склад чорнила, яким зроблений напис.

Можливість відволікатись від багатьох властивостей реальних носіїв інформації дає широкий простір для моделювання інформаційних процесів однієї природи процесами зовсім іншої фізичної природи, які, проте, мають ту саму інформаційну сутність. Саме на цьому шляху і виникає абстрактне поняття інформації. Так, інформація, що передається у вигляді звуків, може бути без шкоди для її абстрактно-інформаційної сутності представлена у вигляді записів цих звуків на магнітну плівку або навіть у

вигляді графіка, що задає силу звуку в якій-небудь точці простору як функцію часу.

У вказаних випадках ми маємо справу з інформацією, що задається у так званій неперервній формі, коли не існує елементарних порцій інформації – своєрідних інформаційних атомів. Для аналізу інформаційної сутності процесу мислення особливу роль отримують дискретні форми задання інформації, при яких інформація природним чином розділяється на подібні елементарні порції. Прикладами дискретних форм інформації можуть служити різноманітні форми писемності. Роль інформаційних атомів відіграють букви, ієрогліфи та інші символи, що служать для позначення різноманітних елементів тієї чи іншої людської мови [8, с. 15].

Іншим актуальним у цьому контексті поглядом Н. В. Глушкова є його трактування про основне поняття кібернетики – поняття перетворювача інформації, тобто такої системи, яка має можливість отримувати інформацію з оточуючого середовища, переробляти відповідно до тих чи інших правил, які визначаються структурою перетворювача, і видавати перетворену інформацію з метою впливу на оточуюче середовище. В якості перетворювача інформації можна розглядати також системи, що вбирають інформацію про оточуючий їх світ, переробляють цю інформацію з метою розкриття існуючих закономірностей та використовують перероблену інформацію як з метою простого накопичення знань, так і для активного впливу на оточуюче середовище.

Це означає, що автор ще в часи, далекі від активного застосування комп'ютерів загалом та методів комп'ютерного аналізу зокрема, передбачив створення систем інтелектуальної обробки даних – наріжного каменю інтелектуального аналізу даних для інформаційно-аналітичного забезпечення.

Іншим вагомим результатом автора вважаємо його трактування поняття інформаційної моделі, яке, на його думку, є фіксацією того чи іншого рівня пізнання досліджуваного об'єкта, що дозволяє описувати не лише його будову, але і передбачати (з тою чи іншою мірою наближення) його поведінку. Будучи органічною складовою частиною процесу пізнання, інформаційне моделювання виконується людиною і для людини. Засобом фіксації будь-якої конкретної інформаційної моделі є мови, причому не лише ті людські мови, які вивчаються традиційним мовознавством, але і будь-які штучні мови, що будуються в процесі накопичення і передачі знань (наприклад, символічна мова алгебри чи мова креслень). Проте зафіксована на тій чи іншій мові сама по собі інформаційна модель є мертвою: будучи представленою сама собі, вона не здатна дати більшу кількість висновків про поведінку змодельованого об'єкта, ніж ті висновки, що були в ній зафіксовані з самого початку.

Для переходу від подібної статичної в своїй основі до динамічної, яка розкриває весь свій істинний зміст, необхідно ще деякий активний поштовх, яким може бути людський розум. Адже він здійснює не лише статичне запам'ятовування інформації про задану йому модель, але і перетворює цю інформацію відповідно з тими чи іншими правилами перетворення, закладеними в цю модель. Саме в наявності подібних перетворень і полягає різниця між статичною моделлю та її новим динамічним втіленням. При такому підході мозок людини може розглядатись як універсальний інструмент динамічного інформаційного моделювання, тобто він у загальному плані здатний кращим чином виконувати процеси моделювання, ніж будь-яка комп'ютерна інформаційна система – людина буде завжди мислити більш широко, ніж програма [8, с. 35]. Це стає ще одним свідченням незамінності людини в процесі як аналізу та інтерпретації даних, так і формування кінцевих аналітичних звітів.

Важливим для нашого дослідження є праці Г. Г. Почепцова – видатного вітчизняного спеціаліста в галузі комунікаційних технологій. В його праці “Інформаційно-політичні технології” згадується, що сучасні медіа-кризи стали суттєвою прикметою політики, оскільки дозволяють експлуатувати найважливіший нерв сучасної політики – інформаційний простір. Лідируюча позиція в інформаційному просторі приводить до домінування в політиці та інших можливих галузях, тому інтереси політичних, фінансових, економічних груп в управлінні інформаційним простором є настільки вагомими. На території СНД найпростішим засобом управління суспільною інформацією стало створення власних ЗМІ, що дозволило мати активну присутність в інформаційному просторі. Проте на наступному етапі виявилось, що цього замало. Інформаційний простір неможливо монополізувати, тому ЗМІ конкурентів можуть вести будь-якого роду інформаційну боротьбу. Таким чином, виникає проблема медіа-кризи як спроби (інколи успішної, а інколи – ні) нав’язування своєї інтерпретації подій, що відбуваються. Вдала картина світу дозволяє включати в неї будь-який вхідний фактаж без змін основних координат. Невдала ж картина світу вимагає постійної корекції своїх основних постулатів, що робить її вразливою для інформаційних атак. Пропаганда та контрпропаганда направлені на підтримання або руйнування картини світу, роблячи це на системній та постійній основі.

Медіа-кризи стали практичним інструментарієм для вирішення політичних, соціальних, економічних, військових задач у сучасному світі, тому їх вивчення є нагальною потребою як для використання в своїх інтересах, так і для відбивання медіа-криз, розв’язаних протилежною стороною.

Останнім часом інформаційний простір став ареною не менш вагомих битв, ніж інші, відомі нам з історії. Посилення ролі інформаційного простору веде до ще більш витончених технік впливу, що ведуть у різні сфери людської діяльності крізь цей простір. І пропаганда, і контрпропаганда стоять серед подібних їм наук комунікативного циклу, які можна позначити як прикладні комунікації.

Універсальність інформації дозволяє використовувати її аналогічним чином для входження в інші простори (політичні, соціальні, економічні, військові). І ця її характеристика починає все сильніше і сильніше використовуватись для вирішення різноманітних прикладних задач [9, с. 8].

Як бачимо, в даній концепції автор вбачає інформацію у ролі інструменту для створення потрібної інформаційної картини світу, а також як структурну одиницю інформаційного простору. Таке бачення є важливим з точки зору можливих варіантів дезінформації конкурентами, а також специфіки інформаційного поля в зарубіжних країнах, можливостей впливу на нього та основних інформаційних гравців – організацій чи осіб, що мають найбільший вплив у даній сфері.

Загалом усі вищезгадані концепції інформації прийнято поділяти на дві основні течії: функціональну та атрибутивну.

Згідно з атрибутивною концепцією, інформація – це об’єктивна внутрішня властивість всіх матеріальних об’єктів, вона міститься у всіх без винятку елементах та системах матеріального світу. Іншими словами, інформація є невід’ємним атрибутом (властивістю) матерії (звідси – назва концепції). З цим підходом пов’язане визначення інформації як відображення різноманітності.

Функціональна ж концепція пов’язана з розвитком кібернетики – науки про управління та зв’язок у живих організмах, суспільстві і машинах (це дало другу назву концепції – функціонально-кібернетична). Кібернетика формулює принцип нерозривного

зв'язку (єдності) інформації з управлінням, з функціонуванням самокерованих та самоорганізованих систем (технічних, біологічних та соціальних).

Прихильники функціональної концепції не визнають існування інформації у неживій природі, а саму інформацію визначають як зміст сигналу або повідомлення, отриманого кібернетичною системою із зовнішнього світу.

Отже, проаналізувавши роботи авторів, які найбільшим чином корелюють зі сферою інформаційно-аналітичного забезпечення, ми бачимо, що справді категорія "інформація" є надзвичайно широкою, різноплановою та багатогранною. Можемо зробити висновок, що науковці в різних галузях науки трактують та розглядають дане поняття відповідно до їх наукових потреб.

Проте видно, що хоч визначень, концепцій та трактувань поняття "інформація" є дуже багато, жодне з них не відповідає повною мірою вимогам даного дослідження, не задовольняючи потреби у самому трактуванні інформації.

Виходячи з цього, на нашу думку, здається доцільним запропонувати власне визначення даного терміна, відповідно до контексту та специфіки інформаційного забезпечення. Оскільки дане дослідження націлене на визначення трактування інформації саме в ракурсі інформаційно-аналітичної роботи, то бачення цього поняття будемо вибудовувати з цього ракурсу.

В контексті аналітичної роботи та інформаційного забезпечення розрізняють первинні дані, отримані з різних джерел (які самі по собі можуть нічого не говорити про зміну тенденцій чи реальний стан речей), та готові, певним чином оброблені дані – звіти, аналітичні записки, результати аналізу (які вже можуть безпосередньо бути застосовані для прийняття управлінських рішень). Слід, проте, відмітити, що дуже часто первинні дані вже є готовими для прийняття таких рішень.

Отже, інформацією ми будемо вважати дані, що прямо або опосередковано характеризують оточення підприємства. Причому тут слід відмітити, що велика частина таких даних не буде безпосередньою областю інтересів нашого підприємства – більша частина з них просто не буде актуальною (наприклад, дані про ціни на метал не цікавлять виробника с/г продукції).

В світлі цього в нашому розумінні інформація – це набір відомостей у найрізноманітніших матеріально-енергетичних формах, які можуть бути прямо або опосередковано застосовані для отримання конкурентних переваг.

Таким чином, наше трактування інформації можна більшою мірою віднести до атрибутивної концепції інформації (оскільки вона розглядається як об'єктивна властивість об'єктів), хоча з присутніми елементами функціональної (інформація все ж сприймається через призму потреб, особливостей і спеціалізації підприємства).

Окремим чином варто зупинитись на властивостях інформації в контексті інформаційно-аналітичного забезпечення підприємств. Для опису цих властивостей пропонується така графічна багатовимірна модель (рис. 2). По осі X позначено класифікаційні особливості за формою представлення інформації, по осі Y – за призначенням, по осі Z – за предметними областями. Також кожен елемент куба визначається актуальністю для об'єкта дослідження. Окрім цього, куб знаходиться у просторі загальних характеристик інформації.

Безсумнівно, інформація може бути як інструментом виробництва, так і сировиною. Проте у контексті даної роботи вважаємо необхідним розгляд інформації як окремого, самостійного виробничого ресурсу. Більш того, його значущість (особливо в контексті сучасних глобалізаційних процесів) іноді може переважувати традиційні виробничі



ресурси, адже загальновідомими із практики світового бізнесу є факти, коли поінформованість надавала тим чи іншим підприємствам колосальні конкурентні переваги.

Загальні характеристики простору моделі:

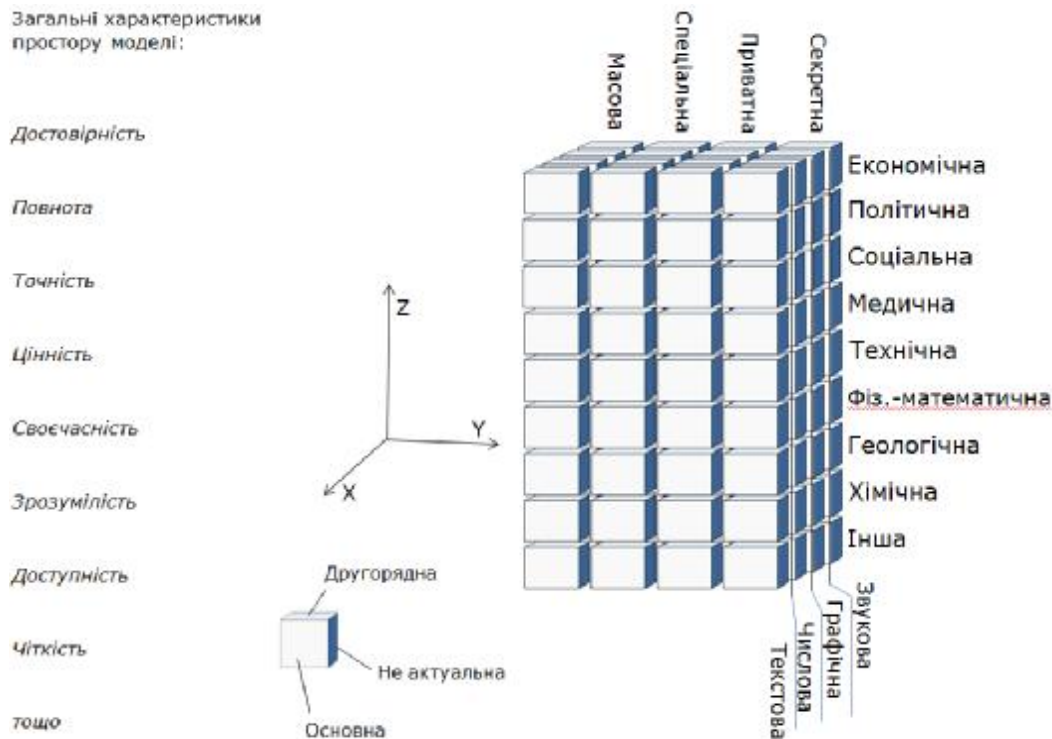


Рис. 2. Багатовимірною графічною моделлю поняття “інформація”

Щодо того, з якою інформацією доводиться працювати дослідникам, відзначимо, що на практиці інформаційно-аналітична робота рідко стикається з потребами глибокого філософського аналізу інформації як терміна. Як би не організувалась система інформаційного забезпечення, першою і тому надзвичайно важливою процедурою є первинний аналіз та відбір релевантної інформації. Ця процедура служить своєрідним фільтром, який відкидає непотрібне і захищає аналітика від інформаційного шуму. Суть цієї процедури полягає в тому, щоб встановити зміст, важливість, точність, повноту та значимість інформації на основі її розділення та співставлення. Потрібна для підприємства інформація надходить із оточення підприємства – суб’єктів зовнішнього середовища. Таким чином інформація як відображення зовнішнього світу в даному контексті стає відображенням середовища (оточення) підприємства.

**Висновки та вектори подальших досліджень.** Загалом, резюмуючи вищесказане, можемо зробити висновок, що інформація є дуже широким і багатоплановим поняттям, яке кожна із наук, що оперує ним, розглядає відповідно до своїх запитів.

Ефективність роботи системи інформаційного забезпечення, як показує світова практика великих компаній, є ключовою точкою не лише розширення конкурентних позицій, але й економічної безпеки компанії загалом.

Для потреб системи інформаційно-аналітичного забезпечення підприємств запропонована нами графічна модель відображає основні характеристики та властивості поняття “інформація”, що дозволяє більш чітко окреслити предметну область для роботи такої системи, а також створює підґрунтя для подальших, більш детальних досліджень даної категорії.

В запропонованій графічній моделі в якості перспективи для подальшого розвитку цього напрямку виступає додаткова деталізація (збільшення розмірності простору) через ще більше подрібнення структурного куба. Так, в якості додаткових параметрів можна ще додати такі характеристики (якості) одиниці інформації, як, наприклад, класифікація за способом сприйняття (візуальна, тактильна, смакова, нюхова) і т. п. Проте для використання даної моделі на практиці в якості як фундаментальної бази для інформаційно-аналітичного забезпечення прийняття управлінських рішень вважаємо достатнім обмежитись описаною вище структурою. Також дану модель інформації з незначними змінами можна пристосувати для використання в іншому науковому контексті чи галузі науки.

### Література

1. Ляшенко О. М. Нові інформаційно-аналітичні технології дослідження систем управління підприємствами / О. М. Ляшенко // Інноваційна економіка. – 2012. – № 3(29). – С. 20–24.
2. Джохадзе Д. В. Античная философия: проблемы историографии и теории познания / Д. В. Джохадзе. – М., 1991. – 133 с.
3. Закон України “Про інформацію” від 10.08.2012 р. № 2657-12 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>.
4. Шенон К. Работы по теории информации и кибернетике / К. Шенон. – М. : Изд-во иностр. лит., 1963. – 825 с.
5. Винер Н. Кибернетика, или управление и связь в животном и машине / Н. Винер; [пер. с англ. И. В. Соловьева, Г. Н. Поварева]; под ред. Г. Н. Поварова. – 2-е изд. – М. : Наука, 1983. – 344 с.
6. Тофлер Э. Шок будущего / Э. Тофлер. – М. : ООО “Издательство АСТ”, 2002. – 557 с.
7. Horri A. Informology: A review of concepts and theories / A. Horri // Cultural Research Bureau. – 2003.
8. Глушков В. М. Кибернетика. Вопросы теории и практики / В. М. Глушков. – М. : Наука, 1986. – 488 с.
9. Почепцов Г. Г. Информационно-политические технологии / Г. Г. Почепцов. – М. : Центр, 2003. – 384 с.

### References

1. Lyashenko, O. M. (2012), “New information technology and analytical study of business management”, *Innovatsiyna ekonomika*, no. 3(29), pp. 20–24.
2. Djohadze, D. V. (1991) “Ancient Philosophy: Problems of Historiography and Epistemology”, Moscow.
3. Official Site of Verkhovna Rada, (2012), “Zakon pro informatsiyu [Law about information]”. Available at: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> (accessed January 13, 2013).
4. Shannon, C. (1963), “Raboty po teoryi informatsyi i kibernetike [Works on information theory and cybernetics]”, *Izdatelstvo inostrannoy lyteratury*, Moscow.

5. Wiener, N. (1983), "Kibernetika, ili upravleniye i sviaz v zhivotnom i mashyne [Cybernetics: Or Control and Communication in the Animal and the Machine]", translated by Solovyev I. V., Povareva G. N., Nauka, Moscow.
6. Toffler, A. (2002), "Future shock", Izdatelstvo AST, Moscow.
7. Horri, A. (2003), "Informology: A review of concepts and theories", Cultural Research Bureau.
8. Glushkov, V. M. (1986), "Kibernetika. Voprosy teorii i praktiki", Nauka, Moscow.
9. Pochepstov, G. G. (2003), "Informatsionno-politicheskie tehnologii", Tsent, Moscow.

Редакція отримала матеріал 20 травня 2014 р.