

**Т.Г. Камінська, д.е.н., проф., ректор**  
Київський кооперативний інститут бізнесу і права  
**В.М. Красевський, д.е.н., доц.**  
Київський кооперативний інститут бізнесу і права

### **Інформаційно-синталітичний сервіс управлінської діяльності**

*У роботі досліджено теоретико-методологічні положення обґрунтування інформаційно-синталітичного сервісу управлінської діяльності за рахунок синталітичної ідентифікації проблем і ситуацій господарювання. Визначено, що управління – це складний інтелектуально-креативний процес пояснення сутності, динаміки і потенціал у керованого об'єкта з метою приведення його в бажаний стан. Встановлено основні джерела інформації, що використовується для ухвалення рішень. Конкретизовано, що ними виступають статистичні спостереження, бухгалтерський облік та різні позаоблікові дані.*

*Аксіоматизовано, що низька результативність управлінських рішень найчастіше пов'язана з несвоєчасним забезпеченням інформацією осіб, які приймають рішення, низькою якістю даних, що використовуються, неврахуванням запитів конкретних користувачів як внутрішніх, так і зовнішніх.*

*Деталізовано причини незадовільного забезпечення необхідною інформацією. Визначено, що однією з основних серед них є відсутність персональної відповідальності за підготовку і передачу її користувачам, тому останнім часом науковці та практики більшу увагу звертають на зміну організації підготовки та надання управлінської інформації шляхом створення системи інформаційно-синталітичного сервісу управління.*

*Розглянуто дефінітивну генезу сервісу, а також обґрунтування його змісту в роботах різних науковців. Акцентовано увагу на інформаційно-синталітичному сервісі, оскільки він своїми витокami походить із сервісної діяльності, яка є науково-практичною дисципліною.*

*Розроблено праксеологічні форми удосконалення обліково-інформаційного відображення економічної основи життєдіяльності соціуму за рахунок використання інформаційно-синталітичної ідентифікації проблем і ситуацій господарювання. Узагальнено, що критерієм належного обліково-інформаційного відображення і глибокого пізнання процесів та ситуацій є успішний розвиток керованого об'єкта, який забезпечується збалансованістю всіх елементів системи (умов, ресурсів, технологій), що досягається під час їх аналізу і синтезу, тобто розвиток можна розглядати як інформаційну модель різносценарного управління керованим об'єктом.*

**Ключові слова:** інформаційно-синталітичний сервіс; економічна синталітика; обліково-інформаційне відображення; управління.

**Постановка проблеми.** Управління є необхідною умовою розвитку економіки країни. Реалізацією своїх функцій воно забезпечує досягнення певних цілей у відповідних сферах і галузях. Ця діяльність характеризується як цілеспрямована сукупність дій, що сприяють погодженню і координації спільної праці з метою розв'язання виникаючих в суспільстві проблем та ситуацій. Управління виступає складним універсальним суспільним феноменом, який існує завдяки інформації. Розвиток суспільства, окремих його сфер не можливий без визначення набору законів, правил, норм, алгоритму поведінки в цілому і його складових зокрема. Такий процес впливу на соціум вимагає належного забезпечення інформацією, якісні параметри якого передбачають використання методів аналізу і синтезу в пізнанні дійсності, а відтак, ідентифікують його як інформаційно-синталітичний сервіс.

Актуальні аспекти організації підготовки та надання управлінської інформації шляхом створення системи інформаційно-синталітичного сервісу часто залишаються поза увагою науковців та практиків. Відтак, потребують обґрунтування теоретико-методологічні засади, а також організаційні положення його формування й результативного використання в процесі управління.

**Мета дослідження.** Дослідити теоретико-методологічні положення формування інформаційно-синталітичного сервісу управлінської діяльності, з використанням переваг якого обґрунтувати праксеологічні форми удосконалення обліково-інформаційного відображення діяльності суб'єктів господарювання.

**Викладення основного матеріалу (результати досліджень).** Збалансоване обґрунтування синталітичної ідентифікації проблем і ситуацій господарювання здійснюється через інформаційно-синталітичний сервіс управління.

Управління – складний інтелектуально-креативний процес пояснення сутності, динаміки і потенціалу керованого об'єкта з метою приведення його до бажаного стану. Управління є по суті обміном інформації між об'єктом управління і керуючою системою, тому лише наявність інформації, яка має бути об'єктивною, достовірною, зрозумілою, повною і корисною, – передумова прийняття (корегування) управлінських рішень. Основними джерелами інформації, яка використовується для ухвалення рішень, виступають статистичні спостереження, бухгалтерський облік та різні позаоблікові дані, що характеризують ринкові та природно-кліматичні умови, нормативно-правове середовище, політичну стабільність, інвестиційний клімат тощо. Дослідженнями встановлено, що низька результативність управлінських рішень найчастіше пов'язана з несвоєчасним забезпеченням інформацією осіб, які приймають рішення, низькою якістю даних, які використовуються, неврахуванням запитів конкретних користувачів як внутрішніх, так і зовнішніх. Існує чимало причин незадовільного забезпечення необхідною інформацією, проте, чи не основною є відсутність персональної відповідальності за підготовку і передачу її користувачам, тому останнім часом науковці та практики більшу увагу звертають на зміну організації підготовки та надання управлінської інформації шляхом створення системи інформаційно-синталагічного сервісу управління.

Сервіс (англ. *service*) характеризує надання послуг, обслуговування населення у різних сферах повсякденного життя [1, с. 646–672], тобто він є певним видом діяльності, успішність якої забезпечується управлінським впливом [7, с. 15–33].

Заслугує уваги думка окремих фахівців у галузі сервісу, які акцентують увагу не на описі дій, а на враженнях від обслуговування. Так, Дж. Шоул визначає сервіс як враження покупця, що він думає про нас, коли щасливий, задоволений і лояльний покупець хоче приходити ще [12, с. 29–31]. Отже, треба так організувати інформаційне забезпечення користувачів, щоб їх запити були задоволені якнайкраще.

Інформаційно-синталагічний сервіс своїми витокami походить із сервісної діяльності, яка є науково-практичною дисципліною. Її основна категорія – процесуальність, що акцентує увагу на наданні послуг як визначальної частини взаємин у сфері обслуговування.

Подібне розуміння послуг і виділення сервісної діяльності відбулося порівняно недавно. У філософському дискурсі Англії XIX століття вперше відбулося виділення послуги як самостійної сфери економічної реальності поряд з товаром, хоча послуги були віднесені до нематеріальних благ.

Продуктивна праця, пов'язана зі створенням техніки і товарів повсякденного попиту, розглядалася як більш важлива порівняно з непродуктивною працею у сфері обслуговування, а сервісна діяльність вважалася другорядною, що заважало економістам адекватно оцінити її роль і значення в системі суспільного виробництва.

У часи існування СРСР за орієнтації на марксистське вчення такий погляд закріпився в економіці, філософії й соціології. Задоволення потреб ставилося в підлеглу залежність від дії загальноекономічних законів, від розвитку матеріального виробництва, що гальмувало розвиток сфери послуг, оскільки було відсутнє стимулювання сервісної діяльності на всіх рівнях соціальної комунікації, в тому числі й в управлінні.

Закордонні дослідники в 50–60-х роках XX століття розробляють концепції «суспільства загального благоденства», «суспільства споживання», у яких обґрунтовується можливість задоволення різноманітних потреб за рахунок не тільки промислового зростання, але й технологічних нововведень, тобто розвитку сфери послуг.

Відбувається теоретичне й методологічне переосмислення категорії послуги як елемента продуктивної праці. Багато дослідників роблять висновок, що будь-яка праця, яка приводить до досягнення суспільно корисних цілей задоволенням людських потреб, є продуктивною, а матеріальні й нематеріальні блага можуть взаємно переходити одне в одне і ставати в деяких випадках взаємозамінними.

За останні кілька десятиліть утворилася концепція постіндустріального (інформаційного) суспільства, найбільш фундаментальною ознакою якого вважається переорієнтація виробництва зі створення матеріальних благ на надання послуг і генерування інформації.

У свою чергу, всередині сервісного сектора найбільш інтенсивно процеси зміни структури робочої сили й зайнятості йдуть не в галузях, що пропонують традиційні послуги (побутові, транспортні, торгівельні), а там, де споживачі виступають як індивідуальності, де виробництво послуги і її споживання персоніфіковані й нерозривно пов'язані.

Таким чином, сучасні погляди на майбутнє суспільства ґрунтуються на уявленні про зумовленість розвитку й удосконалення самої людини як особистості і як працівника.

Пріоритетним у сфері послуг стає процесуальний підхід, у межах якого сервісна діяльність розглядається як система процесів, кінцева мета якої – випуск продуктів або надання послуг, в тому числі й інформаційних.

Процес у сфері послуг – це стійка, цілеспрямована сукупність взаємозалежних видів діяльності, що за певною технологією перетворює потреби індивіда в способи й можливості їх задоволення, які представляють цінність для споживача.

Розуміння процесу в сфері послуг і категоріального зв'язку послуги й діяльності дозволяє обґрунтувати наукове розуміння сервісної діяльності, яка властива сучасному етапу суспільного розвитку.

У загальному значенні під сервісною діяльністю розуміється господарська активність, в яку залучені дві основні сторони: структура, що робить послуги, і споживачі цих послуг, які через ринковий обмін бажають одержати конкретні блага з врахуванням своїх потреб.

Особливості сучасного етапу розвитку індустрії надання послуг і сервісу полягають у тому, що сьогодні прогрес у цій сфері відбувається в основному за рахунок підвищення якості й культури послуг, що надаються, запровадження новітніх інформаційних технологій, автоматизації процесів, кооперації різних видів сервісних підприємств. Звідси, сервісна діяльність – це активність учасників соціуму, що вступають у специфічну взаємодію з реалізації суспільних, групових та індивідуальних послуг.

Одна сторона в цій взаємодії, маючи різноманітні потреби, бажає одержати певні блага, а інша, роблячи конкретні послуги, – надає їм можливість такі блага мати. Таким чином, основною метою зазначених відносин є не створення матеріальних цінностей, а задоволення людських потреб.

Об'єктом сервісної діяльності є процес задоволення потреб людини за допомогою сфери послуг.

Предметом сервісної діяльності є сукупність прикладних методів надання якісних послуг споживачу, формування ефективної системи сервісного супроводу послуги.

Сервісна діяльність на початку третього тисячоліття успішно інтегрувалася у відносини ринкового обміну, що обумовило поділ і професіоналізацію праці працівників, які надають послуги, а також їх підприємницьку активність на ринку послуг.

Споживачі, які пред'являють до сервісної діяльності специфічні вимоги, привносять в неї свої запити й ціннісні орієнтації, що надає цій діяльності позаекономічних характеристик, підсилює її соціальну значимість і ефективність.

Аналіз сервісної діяльності, так само як і будь-якого іншого наукового напрямку, має різні рівні й компоненти розгляду свого предмета.

Низка дослідників виділяють два основних рівні аналізу – емпіричний і теоретичний. На емпіричному рівні здійснюється збір даних про сервісну діяльність, визначається природа і описуються факти, що характеризують її процеси; встановлюються межі, а також досліджується класифікація послуг.

Теоретичною основою сервісної діяльності є економічні й філософські теорії, що розглядають її цілісним феноменом суспільства як явище господарства, соціальних відносин, духовної активності; встановлюють закономірності її історичного розвитку, вивчають характер і трансформації під впливом зовнішніх змін.

Методологія аналізу сервісної діяльності – це система загальнотеоретичних уявлень, пізнавальних принципів, використовуваних в дослідженні сутності й закономірностей її історичної еволюції, а також місця в суспільному виробництві, соціальній структурі та культурній практиці [3, с. 25–36; 6, с. 22–39; 10, с. 218–223].

Оскільки сервісна діяльність сформувалася як науково-практична дисципліна, то емпіричні дослідження набувають важливого значення, оскільки питання про удосконалення сервісу є досить актуальним для підприємств і спеціалістів з обслуговування, численного контингенту споживачів, органів державного управління й регулювання [2, с. 218–223; 4, с. 32–41; 5, с. 13–34].

Це також стосується і таких умов як, наприклад, підвищення конкурентоспроможності, оскільки в більшості випадків саме сервісний супровід з реалізації й надання послуг стає тією конкурентною перевагою, що буде сприяти вигіднішій економічній позиції суб'єкта господарювання на ринку.

Розвиток сфери послуг прямо пов'язаний зі збільшенням вільного часу у працівників сучасного виробництва. Особливий напрямок у дослідженні сервісної діяльності пов'язаний із формуванням уявлень про менеджмент послуг, враховуючи й інформаційно-синталітичний сервіс управління як економікою загалом, так і функціонуванням підприємств зокрема.

Інформаційно-синталітичний сервіс управління підприємством розглядається як багатофункціональна активність, націлена на прогнозування й планування його діяльності, організацію й керівництво персоналом, облік і аналіз матеріально-фінансових ресурсів, всебічний контроль процесу господарювання.

В умовах ринкової економіки підвищенню якості сервісної інформаційної діяльності надається особливе значення, тому що конкурентоспроможність сучасного підприємства проявляється насамперед у раціональній організації процесу сервісу, підвищенні якості й культури обслуговування споживачів.

Основними завданнями сервісної діяльності є: 1) аналіз життєвого циклу надаваних послуг; 2) визначення пріоритетних цільових груп споживачів, виявлення їх потреб, вимог і смаків до обслуговування; 3) вивчення конкурентного середовища; 4) підготовка багатоаспектного опису

споживчих властивостей продукції та послуг; 5) розробка стандартів обслуговування; 6) вивчення рівня задоволеності споживачів якістю обслуговування; 7) розробка перспектив розвитку сервісної діяльності.

Сервісна діяльність орієнтована на дослідження процесів об'єднання матеріального продукту й відповідної (в тому числі інформаційної) послуги, що дозволяє підвищити ефект корисності шляхом більш повного задоволення специфічних потреб споживачів.

Провідною тенденцією обслуговування в постіндустріальному суспільстві стає злиття продуктів і послуг, оскільки майже завжди придбання товарів супроводжується послугами, і майже кожне надання послуг супроводжується придбанням товарів.

Краще зрозуміти зміст сервісної діяльності дозволяє класифікація, в основу якої покладені чотири головні форми людської діяльності: матеріально-перетворювальна, пізнавальна, ціннісноорієнтаційна й комунікативна (спілкування). Сервісні послуги, що надаються у цих сферах мають деяку специфіку.

Поділ на матеріально-перетворювальну, пізнавальну, ціннісноорієнтаційну й комунікативну форми діяльності є умовним. Він необхідний для детального дослідження відповідних сфер сервісу. У реальному житті ці форми взаємодіють і переплітаються, а конкретна сервісна послуга звичайно містить у собі елементи кожної з них.

Сервісна діяльність спрямована на задоволення потреб кожного окремого споживача. Їх вивчення необхідне для розуміння методології інформаційно-сінталітичного сервісу. В сервісній діяльності існує наступна класифікація потреб: 1) за джерелами задоволення (потреби, що задовольняються в системі сервісного обслуговування; потреби, що задовольняються індивідуальними підприємцями; потреби, що задовольняються шляхом самообслуговування); 2) за частотою виникнення (безупинно триваючі (постійні); періодичні (з'являються через певні проміжки часу); епізодичні (мають разовий характер)); 3) за сезонністю виникнення (потреби із сильно вираженою сезонністю; потреби з високою сезонністю; потреби з помірною сезонністю; потреби з незначною сезонністю).

Виникнення потреб і попит на послуги піддаються сезонним коливанням. Сильно виражену сезонність мають потреби в сільськогосподарських та інших послугах. Сезонний характер потреб у послугах обумовлений природно-кліматичними та соціально-економічними факторами.

Структура й закономірності потреб безпосередньо впливають на розвиток сервісної діяльності. В той же час у фахівців з сервісу є можливість зворотного впливу на систему потреб, в певній мірі їх можна цілеспрямовано формувати й корегувати. Ця зміна сфери інтересів і потреб здійснюється за допомогою спеціальних методів і технічних засобів – управлінського впливу, наукових досліджень, державного регулювання тощо.

Сервісна діяльність – це діяльність з надання послуг. Важливою особливістю послуг є корисна дія для споживачів, причому ця дія може існувати як жива праця (нематеріальна послуга), а також як уречевлена праця в товарах та готовій продукції. В цьому й полягає призначення послуг, їх суспільна функція – безпосереднє обслуговування населення з метою створення комфортних умов для життєдіяльності.

Корисний ефект від послуги – це сукупність корисних властивостей послуги, безпосередньо спрямованих на задоволення тієї або іншої потреби людини. Споживач послуги – це індивід або підприємство, що одержує, замовляє або має намір одержати чи замовити послуги для особистих потреб. Виконавець послуги – підприємство (юридична особа) або підприємець (фізична особа), що надають послугу споживачу. Результатом послуги є відновлення (зміна, збереження) споживчих властивостей товару, створення за замовленням нового виробу, переміщення, створення умов споживання, забезпечення або підтримка здоров'я, духовний або фізичний розвиток особистості, підвищення її професійної майстерності.

Сервісні підприємства надають матеріальні й соціально-культурні послуги. Результатом матеріальних послуг є виконана робота або виріб. Результат соціально-культурних послуг не має матеріальної форми (наприклад, результат туристичного або екскурсійного обслуговування).

У сервісній діяльності існують поняття ідеальної й реальної послуги. Ідеальна послуга – це абстрактна, теоретична модель того або іншого виду сервісної діяльності. Ідеальна послуга включає правила обслуговування населення, стандарти якості, технологію її надання. Реальна послуга – це конкретні матеріальні дії, спрямовані на задоволення потреб споживача.

Характер взаємодії споживача і сервісного підприємства залежить від форми надання послуги й буває безпосереднім (очним) і опосередкованим (заочним). При безпосередній взаємодії споживача й виконавця відбувається їх прямиий контакт, а при опосередкованій взаємодії – зв'язок може здійснюватися через посередників або допоміжний персонал виконавця послуги.

Процес обслуговування забезпечується засобами виробництва й персоналом сервісного підприємства. Обслуговування включає наступні етапи: аналіз замовлення споживача; розробка проектів надання послуг (технічних завдань і процесу надання послуг); пошук компромісних рішень в умовах багатоваріантності способів надання послуг; установлення й забезпечення необхідної якості послуг; узгодження, оформлення й доведення послуг до споживача.

Фахівці із сервісу мають мати професійні навички обслуговування. Якість обслуговування значною мірою визначається прийомами обслуговування. Обслуговування споживачів здійснюється або у спеціалізованих приміщеннях сервісного закладу, або в будь-якому іншому місці, необхідному для виконання послуг, відповідно до виду послуг й потреб замовника. Якість обслуговування визначають умови, які впливають на споживача в процесі надання послуг. Таким чином, основою сервісної діяльності є персонал, засоби й умови обслуговування. Ефективність сервісу залежить від правильної управлінської діяльності.

Управлінська робота включає: планування сервісної діяльності, прогнозування розвитку підприємства при зміні ринку або асортименту послуг; оцінку виробничих і невиробничих витрат; оптимізацію складу технологічного устаткування й технічних засобів з урахуванням асортименту і рівня якості послуг; організацію контактної зони для спілкування зі споживачем послуги; підбір співробітників, що володіють здатностями для роботи зі споживачами.

При аналізі аспектів сервісної діяльності можна зробити висновок про те, що якщо в індустріальному суспільстві сфера сервісу асоціюється в основному з наданням побутових послуг, спрямованістю на задоволення матеріальних потреб людини, то в постіндустріальному суспільстві особливого значення набувають питання розкриття творчого потенціалу людини, комплексного задоволення виникаючих матеріальних, соціальних і духовних потреб. Головним для успіху діяльності підприємств стає своєчасне виявлення й реальне забезпечення потреб цільових груп споживачів, орієнтація на конкретного індивіда [8, с. 29–31].

Забезпечення інформаційних потреб споживачів на різних рівнях управління здійснюється за допомогою інформаційно-синталітичного сервісу.

Інформаційно-синталітичний сервіс необхідно розглядати як триаду, що складається з інформації, аналітики й сервісу, завдання якої, використавши наявну інформацію, виявити причини небажаного розвитку процесу (ситуації) і, синтезувавши результати аналітичної оцінки, визначити доцільні напрями вирішення проблеми та в найприйнятнішому вигляді донести можливі варіанти управлінських рішень до користувачів, тобто створити висоякісну послугу.

Інформаційно-синталітичний сервіс складне багатогранне поняття. Його можна розглядати як відокремлену цілісність, що формується під впливом багатьох філософських теорій, основними з яких є теорії відображення, пізнання та розвитку. Ці теорії не суперечать одна одній, а навпаки взаємодоповнюються, розвиваючи різні кількісно-якісні характеристики, пов'язані з тією чи іншою частиною процесу управління. При цьому, продуктивнішим стає інформаційно-синталітичний сервіс, коли найбільшою мірою досягається взаємозв'язок синтезу, аналізу та моніторингу.

Відображення економічних явищ, процесів, ситуацій забезпечується шляхом моніторингу, тобто безперервного стеження за ними з метою виявлення відповідності їх бажаному результату. Це досягається веденням статистики, бухгалтерського обліку та використанням позаоблікових даних про ринок, його кон'юнктуру, місткість, монополізованість, перспективність, про суспільно-політичне становище країни, соціально-демографічний стан, екологічні проблеми тощо.

Однак, традиційної облікової інформації не досить для різносторонньої оцінки розвитку керованого об'єкта, оскільки під час її формування спостерігаються такі недоліки: 1) не співпадають у часі реальні економічні процеси та їх облікове відображення, тому не можливо своєчасно приймати рішення управлінського впливу; 2) ентропія та асиметрія інформації для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, оскільки багато такої інформації, зокрема, про ринок, соціально-екологічні та ґрунтово-кліматичні умови, не завжди піддається моніторингу й не відображається в діючій системі обліку; 3) невикористання можливостей системно-функціонального вивчення явищ, процесів, ситуацій, оскільки поза увагою залишаються багато чинників, які формують їх зміну; 4) неврахування можливої перспективи розвитку керованого об'єкта; 5) відсутність персоніфікації формування і своєчасного надання користувачам необхідної інформації тощо [9, с. 17–23; 10, с. 218–223; 11, с. 27–32].

Еволюція використання облікової інформації в управлінні підтверджує її недоліки, які деякою мірою можна усунути, використавши можливості теорії пізнання, що в основному ґрунтується на аналітичній функції управління, що найменш розроблена, оскільки науковцями з менеджменту вона, як правило, не виділяється.

Хоча вони не заперечують того, що аналітичне осмислення явищ, процесів, ситуацій є визначальним як для об'єктивного їх обліку, планування і належної організації виробництва, так і кваліфікованого керівництва аналізованими явищами, процесами, ситуаціями. Високі пізнавальні можливості аналітичної функції підтверджує і те, що її включили у сферу своїх інтересів різні економічні дисципліни, зокрема, аудит, контроль, управлінський облік, контролінг, маркетинг, консалтинг, фінансовий менеджмент тощо.

Реалізація положень теорії пізнання забезпечує поглиблене дослідження об'єкта, процесів, ситуацій за рахунок вивчення впливу різноманітних чинників, які їх зумовлюють. За детермінованого функціонального зв'язку методами дослідження є індексний, інтегральний аналіз, ланцюгові підстановки, прийоми різниць (абсолютних і відносних), а за стохастичного факторного зв'язку –

аналітичні групування, метод головних компонент, кореляційно-регресійний, дисперсійний, факторний аналіз. Саме використання останніх методів дає змогу виявити приховані (латентні) першопричини, які пояснюють взаємозв'язок між факторними і результативними ознаками, дозволяють змістовно їх інтерпретувати та використовувати в управлінні.

Таким чином, синтезувавши інформацію, яка відображає стан і динаміку явищ, процесів, ситуацій і результати, одержані з використанням різних методик пізнання, є можливість різносторонньо їх оцінити, що виступає передумовою прийняття обґрунтованих управлінських рішень, орієнтованих на бажаний розвиток об'єкта пізнання.

Критерієм належного відображення і глибокого пізнання процесів, та ситуацій є успішний розвиток керованого об'єкта, який забезпечується збалансованістю всіх елементів системи (умов, ресурсів, технологій), що досягається під час їх аналізу і синтезу, тобто розвиток можна розглядати як інформаційну модель різносценарного управління керованим об'єктом.

Зауважимо, що поєднання окремих теорій зумовлює появу нової якості управлінської інформації. Так, синтез теорій відображення і пізнання характеризує інформаційний комплекс, який має риси управлінського обліку. Поєднання теорій пізнання і розвитку розширює інформаційні можливості управління до рівня контролінгу, а теорії розвитку й відображення формує інформацію для стратегічного управління (стратегічний облік) як систему реєстрації, узагальнення і надання даних, необхідних для прийняття стратегічних управлінських рішень менеджерами господарюючого об'єкта.

Отже, результативність управлінської діяльності залежатиме від того, наскільки буде забезпечене своєчасне, повне і достовірне відображення реальних подій, фактів, процесів, наскільки глибоко пізнано закономірність їх формування, що є надійною передумовою передбачення майбутнього розвитку керованого об'єкта. За таких умов формується сервісна функція постачальника менеджерам необхідної інформації та її інтелектуально-креативна інтерпретація. Однак, практика показує, що часто суб'єкти, які покликані створювати належне інформаційне середовище для управління не завжди ставляться до такої роботи відповідально. Причиною цього є відсутність персональної відповідальності за підготовку своєчасної, об'єктивної і достатньої інформації для прийняття або коригування управлінських рішень, що знижує результативність управлінської діяльності.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Узагальнюючи наведений матеріал необхідно зазначити, що для підвищення результативності управлінського впливу на функціонування керованого об'єкта та цілеспрямовану його зміну необхідно забезпечити таке відображення, яке б найповніше й об'єктивно описувало стан та динаміку об'єкта управління і давало можливість якісно їх оцінювати та своєчасно обґрунтовувати бажані напрями його трансформації.

Якість інформації для прийняття управлінських рішень знижується через відсутність персональної відповідальності суб'єктів, що збирають, перевіряють і готують для передачі менеджерам необхідну інформацію. Для ліквідації цього необхідно передбачити в посадових інструкціях які, в якому вигляді та за який час готує дані конкретна посадова особа та яку вона несе відповідальність у випадку несвоєчасної підготовки і низької якості управлінської інформації.

Змістовна сутність інформаційно-синталітичного сервісу проявляється через підвищення ефективності управління за рахунок удосконалення відображення поглибленого осмислення і обґрунтованого прогнозування розвитку керованого об'єкта управління, а також підвищення відповідальності посадових осіб за підготовку управлінської інформації. Це дозволяє поглибити обґрунтованість цілей і напрямків розвитку керованого об'єкта, оцінити забезпечення та створити передумови для раціонального використання ресурсів, своєчасно виявити проблемні ситуації та обґрунтувати найоптимальніші управлінські рішення.

#### Список використаної літератури:

1. Большой энциклопедический словарь / под ред. А.М. Прохорова. – М. : Большая Российская энциклопедия ; СПб : Норинт, 1998. – 1456 с.
2. Економічна синталітика: філософський дискурс становлення та розвитку : монографія / С.В. Бардаш, О.М. Костенко, В.М. Краєвський ; за заг. ред. С.В. Бардаша. – К. : ЦП Компринт, 2017. – 225 с.
3. Інформаційна система управління сільськогосподарським підприємством: аналітичні індикатори формування і результативності / Т.Г. Камінська, В.М. Краєвський, О.М. Костенко, І.В. Охріменко, В.К. Савчук. – К. : Вік принт, 2016. – 270 с.
4. Інформаційно-аналітичний процес: праксеологічний підхід / В.К. Савчук, О.М. Костенко, В.М. Краєвський ; за заг. ред. В.К. Савчука. – К. : вид-во «Вік Принт», 2013. – 204 с.
5. Краєвський В.М. Облік аграрного потенціалу національного багатства / В.М. Краєвський. – К. : вид-во «Вік Принт», 2015. – 440 с.
6. Краєвський В.М. Облікові системи: еволюція та вектор розвитку / В.М. Краєвський. – К. : «Аграр Медіа Груп», 2012. – 192 с.
7. Коробкова С.Н. Сервисная деятельность / С.Н. Коробкова, В.И. Кравченко, С.В. Орлов, И.П. Павлова ; под ред. В.К. Романович. – СПб : Питер, 2005. – 156 с.

8. Малюк Л.П. Сервісологія та сервісна діяльність : навч. посібник / Л.П. Малюк, О.М. Варунаєв, А.В. Зіolkовська. – Харків : ХДУХТ, 2009. – 211 с.
9. Обліково-інформаційне забезпечення управління функціонуванням сільськогосподарських підприємств : монографія / О.М. Костенко. – К. : вид-во «Вік принт», 2017. – 350 с.
10. Савчук В.К. Теоретичні засади формування інформаційно-аналітичного сервісу управління / В.К. Савчук // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія : Економіка, аграрний менеджмент, бізнес. – 2013. – Вип. 181 (3). – С. 218–223.
11. Управління ефективністю сільськогосподарського виробництва: інформаційно-аналітичний аспект / В.К. Савчук, О.М. Костенко, Ю.В. Мискін, В.М. Красівський ; за заг. ред. В.К. Савчука. – К. : вид-во «Вік Принт», 2013. – 470 с.
12. Шоул Д. Первокласний сервіс як конкурентне перевагу / Д.Шоул ; пер. с англ. – 2-е изд., исп. и доп. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 337 с.

#### References:

1. Prohorov, A.M. (ed.) (1998), *Bol'shoj jenciklopedicheskij slovar'*, Bol'shaja Rossijskaja jenciklopedija, Norint, Moskva, SPb, 1456 p.
2. Bardash, S.V. (ed.), Kostenko, O.M. and Krajevs'kyj, V.M. (2017), *Ekonomichna syntal'ityka: filososf's'kyj dyskurs stanovlennja ta rozvytku*, monografija, CP Komprynt, Kyi'v, 225 p.
3. Kamins'ka, T.G., Krajevs'kyj, V.M., Kostenko, O.M., Ohrimenko, I.V. and Savchuk, V.K. (2016), *Informacijna systema upravlinnja sil's'kogospodars'kym pidpryjemstvom: analitychni indykatory formuvannja i rezul'tatyvnosti*, Publ. Vik prynt, Kyi'v, 270 p.
4. Savchuk, V.K. (ed.), Kostenko, O.M. and Krajevs'kyj, V.M. (2013), *Informacijno-analitchnyj proces: prakseologichnyj pidhid*, Publ. Vik Prynt, Kyi'v, 204 p.
5. Krajevs'kyj, V.M. (2015), *Oblik agrarnogo potencialu nacional'nogo bagatstva*, Publ. Vyk Prynt, Kyi'v, 440 p.
6. Krajevs'kyj, V.M. (2012), *Oblikovi systemy: evolucija ta vektor rozvytku*, Publ. Agrar Media Grup, Kyi'v, 192 p.
7. Korobkova, S.N., Kravchenko, V.I., Orlov, S.V. and Pavlova, I.P. (2005), *Servisnaja dejatel'nost'*, in Romanovich, V.K. (ed.), Piter, SPb, 156 p.
8. Maljuk, L.P., Varypajev, O.M. and Ziolkovs'ka, A.V. (2009), *Servisologija ta servisna dijial'nist'*, HDUHT, Harkiv, 211 p.
9. Kostenko, O.M. (2017), *Oblikovo-informacijne zabezpechennja upravlinnja funkcionuvannjam sil's'kogospodars'kych pidpryjemstv*, monografija, Publ. Vik prynt, Kyi'v, 350 p.
10. Savchuk, V.K. (2013), «Teoretychni zasady formuvannja informacijno-analitchnogo servisu upravlinnja», *Naukovyj visnyk Nacional'nogo universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannja Ukraїny*, Serija *Ekonomika, agrarnyj menedzhment, biznes*, Vol. 181 (3), pp. 218–223.
11. Savchuk, V.K., Kostenko, O.M., Myskin, Ju.V. and Krajevs'kyj, V.M. (2013), *Upravlinnja efektyvnistju sil's'kogospodars'kogo vyrobnyctva: informacijno-analitchnyj aspekt*, in Savchuk, V.K. (ed.), Publ. Vik Prynt, Kyi'v, 470 p.
12. Shoul, D. (2006), *Pervoklassnyj servis kak konkurentnoe preimushhestvo*, Translated from English, 2nd ed., isp. i dop., Publ. Al'pina Biznes Buks, Moskva, 337 p.

**Камінська** Тетяна Григорівна – доктор економічних наук, професор, ректор Київського кооперативного інституту бізнесу і права.

Тел.: (096) 448–87–14.

Наукові інтереси:

– проблеми обліково-аналітичного забезпечення на всіх рівнях управління.

**Красівський** Володимир Миколайович – доктор економічних наук, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Київського кооперативного інституту бізнесу і права.

Тел.: (068) 510–99–17.

Наукові інтереси:

– проблеми обліково-аналітичного забезпечення на всіх рівнях управління.

Стаття надійшла до редакції 09.11.2017.