

СУТНІСТЬ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ БІЗНЕСУ

Кобелєв І.В., Перерва П.Г.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

В умовах цифрової трансформації економіки інформація стала одним із найцінніших активів бізнесу. Успішні компанії не лише збирають і зберігають дані, а й перетворюють їх на стратегічний ресурс. У цьому контексті важливо дослідити сутність інформаційного потенціалу бізнесу, його структуру, роль і значення для підвищення ефективності діяльності підприємства.

Інформаційний потенціал бізнесу – це сукупність інформаційних ресурсів, систем, технологій, компетенцій і процесів, що забезпечують збір, обробку, аналіз, зберігання й використання інформації з метою досягнення стратегічних і тактичних цілей підприємства. Цей потенціал охоплює не лише технологічну, а й організаційну, аналітичну та кадрову складові. Структура інформаційного потенціалу: інформаційні ресурси; інформаційні системи; інформаційні технології; кадрова складова; організаційні процеси). Роль інформаційного потенціалу в бізнесі: підвищення ефективності управління: оперативний доступ до точних даних; прогнозування та аналітика: виявлення трендів і ризиків; покращення обслуговування клієнтів: персоналізація послуг; інновації: розвиток нових продуктів на основі аналітики; конкурентні переваги: швидше реагування на зміни ринку. Чинники розвитку інформаційного потенціалу: рівень цифрової зрілості підприємства; інвестиції у цифрову трансформацію; доступ до якісних даних; культура управління інформацією; співпраця з технологічними партнерами. Проблеми та виклики: надмірна кількість неструктурованих даних; проблеми інтеграції ІТ-систем; захист персональних даних і конфіденційності; дефіцит висококваліфікованих кадрів; опір змінам у традиційних бізнес-моделях. Інформаційний потенціал стає визначальним чинником сталого розвитку бізнесу в епоху цифрової економіки. Його грамотне формування та стратегічне використання дозволяють компаніям досягати вищих результатів, бути гнучкими й конкурентоспроможними. Розвиток цього потенціалу має стати пріоритетом для сучасного підприємства.

Література:

1. Перерва, П.Г. Інноваційні технології реструктуризації промислового підприємства. Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу: збірник тез доповідей VIII Міжнар. науково-практ. конф., 25-26 вересня 2014 р. Суми: ТОВ "ДД "Папірус", 2014. С. 119-121.
2. Лайко П.А. Інформаційне забезпечення формування і функціонування ринку науково-технічної продукції як невід'ємна складова інноваційної діяльності // *Економіка АПК*. 2008. №7. С. 96-105.
3. Бузовський Є.А., Вітвицька О.Д., Скрипниченко В.А. Інновації в оцінюванні енергетичної ефективності та енергоємності сільськогосподарського виробництва // *Агроінком*. 2008. № 7 (10). С. 50–56.
4. Вітвицька О.Д. Механізм реалізації мотивацій інноваційного підприємства : монографія. К.: Аграр Медіа Груп, 2011. 320 с.
5. Кулаєць М.М. Інноваційне забезпечення продовольчої безпеки в Україні і світі // *Агроінком*. 2011. № 1-3. С. 28.