

INFORMÁCIÓ ÉS VÁLLALATI TEVÉKENYSÉG A SZAKIRODALOM TÜKRÉBEN

Gáspár István

Országos Műszaki Könyvtár és Dokumentációs Központ

Az információ jelentőségét a vállalat életében csak napjainkban kezdik kellően értékelni. Az információ helyének, szerepének felismerése vállalati vonatkozásban is egyre szélesebb körre terjed ki, ami jelentős következményekkel jár a vállalati szervezés és struktúra, a számvitel és statisztika kialakítása, a vezetési és döntési alapelvek, a vállalati tevékenységnek ugyyszólván valamennyi területére kiható marketing munka vonatkozásában. Az információ és a vállalati tevékenység kapcsolatát annak minden részletére kiterjedően természetesen nem vizsgálhatjuk e dolgozat keretében, ezért csak a külföldi szakirodalomban felvetett néhány súlyponti kérdésre mutatunk rá, amelyek fokozott figyelembevételre hazai vállalataink számára is kívánatosnak látszik.

Korábban kevés gondot fordítottak a vállalatban belüli szervezésnél, a szervezeti struktúra kialakításánál a megfelelő információáramlás biztosítására. Ebből következett, hogy a tájékoztatásnak többnyire a már kialakított, az információszükségleteket alig tekintetbe vevő vagy azokat teljesen mellőző szervezeti struktúrához kellett alkalmazkodnia.

Ebben a szemléletben akkor következett be alapvető változás, amikor a döntően a tekintély elvén alapuló vezetési stílus túlhaladottsága nyilvánvalóvá vált, s helyette a "participative management", a munkatársak vezetésben való részvételének különböző formái és módszerei kezdtek kialakulni. Nem kell különösen hangsúlyoznunk, hogy tőkés viszonyok között ez a "részvétel" nem jelenti a tulajdonos vagy a vállalatot kezében tartó tőkés érdekeltségek hatalmának korlátozását. Tőkés vállalatoknál a menedzsment maga is csak az adott tőkés csoport érdekeit képviseli, a vezetői hatáskör egy részének átadása alsóbb szintekre tehát nem teszi lehetővé a dolgozók széles rétegeinek bevonását a vállalat jövőjére kiható döntésekbe, csupán a felső vezetői réteg tenermentesítését szolgálja.

A vezetői döntések előtti szélesebb körű véleménykutatás, a döntés-előkészítés jobb megalapozása a vállalati tájékoztató tevékenység

kiterjesztését, az információk áramlásának a korábbinál átgondoltabb, szervezettebb biztosítását tette szükségessé. Vállalati szervezet és információáramlás szorosabb kapcsolatba kerültek egymással, s az információáramlás irányítása, az információk szolgáltatásának megszervezése a vállalati szervezeten belül kialakított külön szervezeti egység feladatává vált.

Az információ és a vállalat kapcsolatáról a szakirodalomban sokféle álláspont alakult ki, s az információk szerepét, jelentőségét illetően sokféle meghatározás forog közkezen.

Vállalat és információ kapcsolatában az információ elsőbbségét hangsúlyozza az a meghatározás, amely szerint "a vállalat az információk elemek és eredményeik összessége", elvetve azt az álláspontot, hogy az információk elemek /strukturák, rendszerek, eszközök/ csupán a vállalat segédeszközei. A vállalati strukturát összhangba kell hozni az információ szempontjaival oly módon, hogy az információk struktúra mértékadó szempontként érvényesüljön a vállalat kialakításánál /1/.

Amikor a vállalati tevékenység keretében foglalkozunk az információval, tisztába kell jönnünk magának a "vállalati információ"-nak a fogalmával. A szakirodalom értelmezésében a vállalati információ olyan közlés, amely tartalmilag a vállalatra vonatkozik. Ez a közlés lehet egy vállalati tényre, eseményre stb. vonatkozó hír, vállalati rendelkezés, kérdés, ajánlás stb.

A vállalati információ fajtái szerint megkülönböztethetünk döntéseket előidéző és döntésekre nem vezető információkat. Beszélünk továbbá ösztönző, ellenőrző és tisztázó információkról. Más csoportosítás szerint az információkat feloszthatjuk utasításokra, javaslatokra és közlésekre.

Az információk céljai szerint feloszthatjuk ezeket tájékozódást szolgáló, döntésre és végrehajtásra irányuló információkra. Csoportosíthatók továbbá az információk azok szolgáltatóinak és átvevőinek kapcsolata szerint is. E szempont alapján beszélhetünk a vállalatokhoz külről érkező információkról /pl. a megrendelés/, a vállalatban keletkező és belső felhasználásra szánt információkról /pl. a statisztikai összeállítás/ és a vállalatban keletkező, de külső felhasználásra szánt információkról /pl. a számla/.

Az információkból információs láncot alkothatunk. Az első láncszemek töbonyire a vállalatokhoz külről érkező információk; ezeket kiinduló információknak nevezzük /ilyenek a vevő megrendelése/. Ezekhez csatlakoznak a közbeeső információk /ilyenek pl. a raktárgazdálkodási, statisztikai adatok/. A lánc végén helyezkednek el a végző információk /ilyenek a számlák, amelyek egyúttal kiinduló információk is szolgálnak a fizetési forgalom számára/.

A feldolgozás szempontjából az információk három csoportját alkothatjuk meg. Az első csoportba tartozó információkat változtatás nélkül vezetjük át /ilyenek pl. a vevőkre vonatkozó adatok/. Ezeket törzsadatoknak nevezzük. A második csoportba tartozó információk új

információk létrehozásához szükségesek /ilyen pl. a ledolgozott munkórák száma, amelyet a bérelszámolásban használunk fel/. A létrehozott információk egyuttal eredmények. Ezek két alcsoportba oszthatók, t.i. az egyedi és a globális információk csoportjába /2/.

A vállalati dolgozók információsükségletei szempontjából az információkat öt kategóriába sorolhatjuk. Az első kategóriát azok az információk alkotják, amelyek a dolgozó számára közvetlenül szükségesek ahhoz, hogy munkáját adott esetben el tudja végezni. Ilyenek elsősorban a dolgozóknak adott megbízások. Ehhez csatlakoznak azok az információk, amelyek a dolgozók számára munkakörüik folyamatos, önálló ellátásához szükségesek /a munkavégzés szabályai, üzemi eljárások ismertetése, vezetési koncepciók, munkacélok összefoglalása stb./ A harmadik kategóriába a dolgozók feladatköréhez kapcsolódó más munkakörökre és osztályokra vonatkozó információk tartoznak. A negyedik és ötödik kategóriát az ún. háttér-információk alkotják. Közülük az előbbi információk a dolgozó saját vállalatára vonatkoznak, tágabb körben /a vállalat céljai, üzletpolitikája, szervezete, teljesítményei stb./. Az ötödik kategória a vállalat külső környezetére vonatkozó információkat foglalja magában, espedig a vállalat eredményeit befolyásoló piaci helyzetre, politikai eseményekre és tendenciákra, a konkurens vállalatok helyzetére stb. vonatkozó tájékoztatást /3/.

A vállalati információrendszer a vállalati tevékenységnek megfelelően alrendszerre oszthatjuk fel. Információs alrendszerek alkotandók ki a vállalatvezetés, a termelés, a beszerzés, az értékesítés, a fejlesztés, a finanszírozás területén. A vállalat információrendszerének strukturája megfelel a vállalat szervezeti felépítésének, s a tájékoztató tevékenység elválaszthatatlan kapcsolatban van a vállalati tevékenység egészével. Az információrendszer kialakítása ezért csak a vállalat irányítási, döntési, végrehajtási és ellenőrzési tevékenységével összehangolt, komplex kapcsolatok biztosítása útján valósítható meg /4/.

A vállalati információrendszeren belül sajátos típusként jött létre és fejlődött tovább a vezetési információrendszer. /Management Information System, rövidítve MIS/.

A MIS meghatározásai közül jól rávilágít a lényegre az alábbi meghatározás. Eszerint a MIS szervezett módszer, amely ellátja a vezetőt mindazokkal az adatokkal és csakis azokkal az adatokkal látja el, amelyekre döntéseihez szüksége van, abban az időpontban, amikor azokra szüksége van, és a kellő formában /5/.

A fentiekből első olvasásra nyilvánvalóvá válik a vezetési információk és a döntéshozatal szerves kapcsolata. A vezetői döntéseknek információkon kell alapulniuk, s a vezetés döntéseihez szükséges információkat egységes szempontok szerint kell szolgáltatni.

A vezetők részére nyújtott információk elsősorban a döntéshozatal és a döntés megtalálásának céljait szolgálják, s biztosítani kell a vezetők részletes, válogatott tájékoztatását /6/.

A vezetési tevékenység jellegéből következik, hogy a vezetőknek átfogó jellegű, sűrített információkra van szükségük. Ez elsőrendű

szempontnak tekintendő a vezetési információk rendszer megszerzésénél.

Az információk szervezetet a vállalatvezető törzskari szerveként kell felépíteni. Kialakítása több szakaszban történik. A vezetési információk rendszer kialakításának első szakasza a vezetési feladatok meghatározása; ennek keretében kerül sor a rendszer elméleti alapjainak lerakására. Fontos szakasz az információk kapcsolatok kialakítása az információk szolgáltatói és átvevői között. Ehhez információk jegyzékek és tematikus információ-tervek szükségesek. Végső szakasznak az információ-szolgáltatás gyakorlati megvalósítása tekintendő; ez a jelenlegi körülmények között legcélszerűbben a számítástechnika alkalmazásával és az automatizált információ-feldolgozás rendszerének kialakításával történik /7/.

Az információk tárolására többféle adatnyilvántartást magukban foglaló adatbankokat hoznak létre. Az adatnyilvántartásokat tárolástechnikai szempontból összekapcsolják /igy pl. a megrendelés-nyilvántartást a vevő-nyilvántartással és az árucikk-nyilvántartással//8/.

A vállalati információk rendszer automatizálása lehetővé teszi, hogy különféle fajta döntési folyamatokat építsenek be az információk rendszerbe. Az elektronikus számítógép ugyanis képes arra, hogy - előre meghatározott kritérium szerint - különböző alternatív megoldások közül az adott esetben legmegfelelőbbet válassza ki. A lehetséges döntések programozásának természetesen határt szab az a körülmény, hogy a jövőben adódó valamennyi döntés nem látható előre. Ugyanakkor szabályozni kell a kivételes döntéseket; ez utóbbiakat vagy ki kell iktatni az információk rendszer szervezetéből, vagy pedig ugyancsak programozni kell. Ez pedig gyakorlatilag a kivételes beavatkozás útján történő vezetés /management by exception/ elvének megvalósításához vezet. A kivételes beavatkozás útján történő vezetés elve azt fejezi ki, hogy a vezetőség csak a szokásostól eltérő esetekben kap tájékoztatást a vállalati eseményekről és avatkozik be azok folyamatába, s csak ilyenkor hoz maga döntést. E kivételes esetek - ahogy fentebb mondtuk - vagy nem szerepelnek a programban, vagy pedig már a programban úgy vannak előírva, mint a vezetőség elé terjesztendő esetek /2/.

A különböző vezetési szintek megfelelő információ-ellátása feltétlenül szükséges ahhoz, hogy a vállalat szempontjából célszerű döntések születessenek. Szükség van tehát a vezetési /döntési/ szintek és az információs szintek összehangolására. Ahhoz, hogy minden egyes döntésnek meglegyen a megfelelő információk bázisa, lejjebb kell vinni a döntési szintet, nagyobb hatáskört és önállóságot kell adni az alsóbb szintű vezetőknek /9/.

A vállalat tevékenységének az a területe, amelyen az eredmény talán legnagyobb mértékben függ az információ-szolgáltatás mennyiségétől és minőségétől, az értékesítés és az azzal kapcsolatos piacszerzési vagy marketing tevékenység. Ezzel kapcsolatban beszélünk marketing információk rendszerekről.

A marketing információk rendszer /MAIS/ mindazoknak a tevékenységeknek az összessége, amelyek a marketinghez szükséges információk

felvételére, osztályozására, tárolására és rendelkezésre bocsátására szolgálnak. A MAIS működhet számítógéppel vagy anélkül, aktiv vagy passzív módon /utóbbi esetben csak feltett kérdésre szolgáltat információt/, lehet továbbá részleges vagy teljes.

A marketing információs rendszer kialakításánál az információk szélessége, mélysége, volumene és az eljárás módja szerinti változatok lehetségesek. A rendszer szervezeti felépítését illetően irányulhat felülről lefelé és alulról felfelé.

A rendszer részben belső /vállalaton belüli/, részben külső /kívülről jövő/ információkat foglal magában. Az első csoportba értékesítési, vevő- és egyéb vállalati információk, a második csoportba piaci, a konkurens vállalatokra vonatkozó és általános gazdasági információk tartoznak.

A marketing-információkat szolgáltató osztály szervezeti hovatartozása az adott vállalat szervezeti strukturájától függ. Lehet törzskari szerv, amely közvetlenül a vállalatvezetéshez vagy a marketing vezetőjéhez tartozik /10/.

A marketing területén szükséges információk azok rendeltetésének megfelelően célinformációkra, tervezési információkra, végrehajtási és ellenőrző információkra oszthatók aszerint, hogy a vállalati célok kialakításához, e célok végrehajtásra alkalmassá tételéhez, végrehajtásához vagy a fentiek ellenőrzéséhez van-e információra szükség.

A marketingre irányuló információk szoros kapcsolatban vannak a vezetési /menedzsment/ információs rendszerrel. Ennek megszervezésénél az információáramlás irányának megfelelően kell eljárni. E szempont figyelembevételével beszélhetünk funkciók, termékek, piacok és fogyasztók szerint kialakított információs rendszerről.

A funkciók szerinti információs rendszerben az információáramlás a vállalatvezetőségtől a nagymértékben specializált vállalati funkciókig terjed. Ez a szervezeti forma viszonylag kisszámú terméket, nagyjából egységes elosztási rendszert, egynemű fogyasztóközöniséget és értékesítési piacot tételez fel.

A termékek szerinti információs rendszerben az információáramlás a vállalatvezetőségtől a vállalati fő funkciókig és az egyes termékterületekig terjed. Itt szoros kommunikációs kapcsolatra van szükség a fő funkciók és az egyes termékterületek között. Ez a szervezeti forma nagyszámú termék és viszonylag komplex elosztási rendszer fennállása esetén egynemű és heterogén értékesítési piacokkal és fogyasztóközöniséggel rendelkező vállalatoknál egyaránt megfelelő.

A piacok szerinti információs rendszerben az információáramlás a vállalatvezetőségtől a vállalati fő funkciókig és az egyes piaci területekig terjed. Szoros kommunikációs kapcsolatra van itt szükség a fő funkciók és a piaci területek között. Ez a szervezeti forma általában igen komplex elosztási rendszerrel, valamint túlnyomóan heterogén értékesítési piacokkal és fogyasztóközöniséggel rendelkező vállalatok számára 'megfelelő'.

Végül a fogyasztók szerinti információs rendszerben az információáramlás a vállalatvezetőségtől a vállalati fő funkciókig és az egyes vásárlói területekig terjed. A fő funkciók és a vásárlói területek között szoros kommunikációra van szükség. Ez a szervezeti forma nagyszámú terméket, viszonylag komplex elosztási rendszert, s túlnyomórészt heterogén értékesítési piacokat és fogyasztóközöniséget tételez fel /11/.



A vállalati információ témakörét tárgyaló szakirodalom áttekintése a gyakorlatban jól hasznosítható következtetésekre vezet.

Nyilvánvaló, hogy a vállalat információs rendszerét az alsóbb vállalati szintektől a vezetőségig, és megfordítva, a felső vezetéstől a legalsó szintig terjedően, összefüggő rendszerként kell kifejleszteni. Az információáramlás e két fő irányán belül nagy gondot kell fordítani a kisebb vállalatban belüli egységek /csoportok, osztályok/ kellő információ ellátására, a kisebb egységek közötti megfelelő információcserére is. Az információs rendszernek a vállalati tevékenység valamennyi területére ki kell terjednie, a vállalati szervezet minden egyes láncszemében hatnia kell. Ugyanakkor nem szabad szem elől vesztenünk az információnak a vezetői döntéshozatalra gyakorolt nagy hatását, s ezen keresztül a vállalati eredmény alakulására kiható szerepét. A vállalati tevékenységnek talán leginkább információérzékeny területe a piacszervezés, a marketing. Legközvetlenebbül éppen a piacszervezés által irányított értékesítés területére gyakorolt hatást az információellátás, a színvonal és a mennyiség tényezőin keresztül egyaránt. De nem kevésbé jelentős az információs rendszer hatékony kialakítása a vállalati tevékenység más területein sem /példaként itt csak a termelés-tervezés kellő információellátottságának nagy jelentőségére mutatunk rá/.

Az információs rendszer átgondolt, helyes kialakításán túl, sokoldalú, változatos eszközökkel kell biztosítani annak célszerű, zökkenőmentes működését is. Ennek megvannak a maga szervezeti feltételei, értve ezeken elsősorban azt, hogy az információs rendszer szervesen épüljön be a vállalat struktúrájába, meglegyen a kellő kapcsolata a vállalatvezetés apparátusával, valamint elsősorban mindazokkal a vállalati részlegekkel, amelyek a vállalat tevékenységének legfontosabb területein működnek.

A tájékoztató tevékenység megalapozására szolgáló szakkönyvtár és dokumentációs szervezet célszerű kialakítása ugyancsak elsőrendű fontosságú feladat. A kívülről jövő információk rendszeres gyűjtése és feldolgozása, valamint az érdekelt vállalati szervek rendelkezésére bocsátása csak a könyvtári és dokumentációs szolgáltatnak a vállalat szempontjait figyelembe vevő, jól átgondolt kialakítása útján oldható meg eredményesen.

A vállalati információ és dokumentációs szervezetre sokrétű feladatkör hárul. A belső információáramlás irányításán kívül hozzá tartozik a külső információt nyújtó források beszerzése, az érdekelt

vállalati szervek /vezetőség, osztályok/ használatára alkalmassá tétele /kivonatok, kivágások, foto-másolatok, mikrofilmek stb. formájában/, a dokumentumok vállalaton belüli irányításának megszervezése, az esetenkénti információs igények kielégítése /irodalomkutatás/, tájékoztató kiadványok összeállítása stb.

A rendelkezésre álló ismeretanyag rohamos növekedése* egyre nagyobb feladatok elé állítja a vállalatok információs szervezetét. A szakirodalomban való tájékozódás, a beszerzésre tekintetbe jövő kiadványok közötti válogatás egyre bonyolultabb és nagyobb szakértelmet igénylő tevékenységgé válik. Ilyen körülmények között a tájékoztatási szakemberekkel szemben támasztott képzetségi követelmények is napról napra növekednek. A tájékoztatás ismeretanyagának oktatása elsősorban állami feladat, de a tárgykörre vonatkozó elméleti, módszertani, általános szakterületi ismereteken relül, a helyi körülményekkel kapcsolatos speciális tájékozottság megszerzése is szükséges. Ez utóbbit csak az adott vállalaton belül lehet megszerezni, s ehhez magának a vállalatnak kell segítséget nyújtania. A jövő információs szakemberének sokoldalú ismeretekkel, jelentős nyelvtudással rendelkező, az új tájékoztatás-technikai megoldásokban is jártas, széles látókörű szakértőnek kell lennie. Ilyen szakértői gárda kinevelése a hazai viszonyok között a népgazdaság egészét érintő, osztársadalmi jelentőségű feladat.



I R O D A L O M

- /1/ SCHWEITER, W.E.: Information und Betrieb. = Industrielle Organisation, 1972. 7.sz. p.322-328.
- /2/ NIEDERBERGER, A.R.: Das betriebliche Informationssystem. Wiesbaden, Betriebswirtschaftlicher Verlag Th. Gabler, 1967. 95 p.
- /3/ KAUFMANN, F.X.: Das Informationsproblem in der Unternehmung. = Betriebswirtschaftliche Mitteilungen, 1963. 23.sz. p.32.
- /4/ DUZS János: A vállalat információs rendszere és tevékenysége. Bp. Közgazdasági és Jogi K., 1970. 306 p.
- /5/ DANNER, J.: Management information systems: A tool for personnel planning. = Personnel Journal, 1971. 7.sz. p.553-558.

* Az UNESCO becslése szerint a nyilvántartott tudományos folyóiratok száma a XIX.század elején 100, 1850-ben 1000, 1900-ban 10 000 körül volt, jelenleg pedig már eléri az 50 000-et /12/.

- /6/ LEHMANN, H.: Informationen für leitende Kader im Forschungsprozess. = Informatik, 1972. 1.sz. p.44-48.
- /5/ FRICK, K. - LUCKE, W.: Grundkonzeption für das leistungsbezogene Informationssystem eines Führungsbereiches. = Informatik, 1970. 5.sz. p.7-12.
- /8/ HEILMANN, W.: Management-Informationssysteme /MIS/ für Manager. = Zeitschrift für Organisation, 1971. 7.sz. p.332-338.
- /9/ MAKRAI János: Információs rendszerek és szervezésük. Bp. NIM Ipargazdasági és Üzemszervezési Intézet, 1969. 88 p.
- /10/ WEIS, H.Ch.: Kostengünstig beschaffen und nutzen. = Marketing Journal, 1971. 5.sz. p.380-386.
- /11/ POTH, L.G.: Vier Spielarten der Organisation. = Marketing Journal, 1971. 5.sz. p.388-392.
- /12/ CHAUMIER, J.: Les techniques documentaires. Paris, Presses Universitaires de France, 1971.

*

GÁSPÁR, I.: Information work and company activity - as reflected in the literature

Connections of information work and company activities are examined on the base of available literature. Information work within the enterprises is analyzed; its categorization is given according to various criteria; main features and characteristics of management information systems and marketing information systems are described. main guidelines for organization of information systems within companies are summarized. Finally the necessity of training and education of experts for the complex tasks of information work is emphasized.

*

ГАШПАР, И.: Информация и деятельность предприятий в отражении научно-технической литературы

Рассматривается связь между информацией и деятельностью предприятий, на основе имеющейся в распоряжении литературы. Дается определение понятия "информация для предприятия", распределение таковой по различным аспектам на системы информации для руководящих кадров и маркетинга, о освещении их основ и характерных черт. Подытоживаются главные принципы, которые необходимо учесть при организации системы информации предприятия и подчеркивается многогранность задач по информации, требующих воспитания гвардии специалистов, могущих решить эти задачи.

*

GASPÄR, I.: Information und Unternehmensaktivität im Spiegel des Fachschrifttums

Es wird die Rolle der Information im Zusammenhang mit der Unternehmensaktivität auf Grund des zur Verfügung stehenden Fachschrifttums untersucht. Es wird die Definition der Information im Unternehmen sowie ihre Einteilung gemäss verschiedenen Gesichtspunkten erörtert und auch das Informationssystem der Unternehmensleitung und des marketing besprochen. Die hauptsächlichsten Richtlinien der Organisation des Informationssystems eines Unternehmens sind zusammengefasst und es wird die Notwendigkeit der Erziehung einer Expertengarde zur Lösung der vielseitigen Aufgaben auf dem Gebiet der Information betont.