

Kryzhko Olha, Darchuk Veronika. Information systems in marketing. Research of basic determinations of the marketing information system resulted in authorial definition. The process of forming of the marketing information system is considered and factors, that determine the necessity of her introduction. The analysis of program products used for the construction of the marketing information system is conducted in the article. Expediency of application of program products is reasonable depending on the sizes of enterprise.

Keywords: marketing, marketing information system, marketing information, marketing research.

УДК 65.012.45

Маковій В.В., аспірант,
Державний університет телекомунікацій

ТЕОРЕТИЧНИЙ БАЗИС ІНФОРМАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті висвітлено теоретичні основи інформаційного менеджменту телекомунікаційних підприємств. Обґрунтовано передумови впровадження інформаційного менеджменту на телекомунікаційних підприємствах. Розглянуто основні підходи до формування інформаційного менеджменту на підприємствах. Запропоновано перелік основних критеріїв ефективності організації інформаційного менеджменту на підприємстві задля підвищення його конкурентоспроможності.

Ключові слова: інформаційний менеджмент, телекомунікаційні підприємства.

Постановка проблеми. Інформаційні ресурси на телекомунікаційних підприємствах є основою функціонування їх діяльності. Вони містять дані про організаційні, економічні, виробничі, технологічні та кадрові операції, забезпечують надійний захист інформації; здійснюють управлінський облік із застосуванням відповідних програмних комплексів. Тому перед телекомунікаційними підприємствами стоїть задача правильно організувати управління наявними інформаційними ресурсами. За таких умов важливим є обґрунтування теоретичних основ інформаційного менеджменту телекомунікаційних підприємств.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Опис теоретичних основ інформаційного менеджменту проводили у своїх працях такі науковці як Т.В. Борщ, О.П. Ващенко, О.В. Виноградова, Б.Н. Головка, О.Є. Гудзь, О.В. Л.М. Калініна, Матвієнко, І.М. Пістунов, М.Н. Цивін, Н.І. Шанченко та ін. Не дивлячись на весь обсяг наукових досліджень, нерозглянутим залишається питання інформаційного менеджменту на рівні телекомунікаційних підприємств.

Метою статті є визначення теоретичних основ та передумов впровадження інформаційного менеджменту на телекомунікаційних підприємствах, виявлення основних підходів до формування інформаційного менеджменту в сучасних умовах розвитку телекомунікаційних підприємств, враховуючи потреби та завдання що стоять перед ними.

Виклад основного матеріалу. У сучасних умовах розвитку економіки та її впливу на управління підприємствами значно посилюється роль інформації. На етапі формування інформаційної економіки на перший план виходить інформація, передача нових знань, технічних і наукових ідей. При цьому виникає необхідність налагодити процес управління інформаційними ресурсами, що поставляються [7, с. 4]. Ефективний менеджмент підприємств базується виключно на результатах своєчасно отриманої достовірної інформації.

У зв'язку з цим у сучасній науці виникло поняття «інформаційний менеджмент». Однак ефективна реалізація інформаційного менеджменту на підприємствах є можливою лише за існування чітко визначеної теоретичної основи.

Виконання інформацією управлінських функцій, циркуляція інформації між компонентами системи, між системою в цілому і оточуючим середовищем, є обов'язковим атрибутом управління. Саме завдяки інформаційним процесам система управління здатна здійснювати цілеспрямовану взаємодію із зовнішнім середовищем, координувати відносини власних компонентів, спрямовувати їх рух до заданої мети. Серед багатьох різновидів менеджменту (стратегічний, фінансовий, ризиковий та ін.), інформаційний менеджмент посідає особливе місце як такий, що забезпечує управління інформаційними потоками та ресурсами [4, с. 8].

Інформаційний менеджмент розглядається у досить широкому сенсі, починаючи від традиційного інформаційного обслуговування до загальної теорії управління: інформаційні ресурси, інформаційні послуги, управління інформаційними технологіями, стратегічне планування і менеджмент. Всі ці напрями входять до системи знань інформаційного менеджменту. Але, не беручи до уваги значну кількість публікацій та наукових праць з дослідження даного питання, науковці й досі не можуть сформулювати єдине правильне визначення даного терміну.

Дослідники по різному підходять до визначення категорії «інформаційний менеджмент». Н.І. Шанченко визначає інформаційний менеджмент, як «спеціальну галузь менеджменту, яку виокремлено як самостійний напрямок в останні роки та яка охоплює усі аспекти проблеми менеджменту у галузі створення та використання інформаційних ресурсів» [6]. А.Б. Крігер зауважує, що «процес досягнення визначеної мети – отримання акуратної, своєчасної та корисної інформації на всіх рівнях – називається інформаційним менеджментом» [3]. Даний підхід не описує в повній мірі значення поняття інформаційний менеджмент.

За визначенням А.С. Грінберга та І.А. Короля, інформаційний менеджмент, це «сукупність методів та засобів управління інформацією і управління за допомогою інформації діяльністю підприємства чи організації» [1].

Г.Вольфрам розглядає інформаційний менеджмент як допоміжну функцію управління в бізнесі, орієнтовану на ресурси, відносячи до його змісту задачі надання інформації і розробки інформаційних систем у сфері інформаційно-технічної інформації. Е. Фогель вводить поняття «менеджменту інформаційних ресурсів» як синонім інформаційного менеджменту, головна задача якого координація обробки інформації [2].

Згідно з Й. Хергетом, центральним пунктом інформаційного менеджменту являється постулат, що інформацію слід розглядати як один з важливих ресурсів підприємницької діяльності. Інформація представляє собою найважливіший господарський ресурс, фактор виробництва і вирішальний фактор конкурентоспроможності і потребує цілеспрямованої координації. Інформаційний менеджмент перетворюється на найважливішу підприємницьку задачу і являє собою суттєвий фактор успіху підприємницької діяльності.

Пістунов І.М. визначає інформаційний менеджмент як технологію, компонентами якої є документальна інформація, персонал, технічні і програмні засоби забезпечення інформаційних процесів, а також нормативно встановлені процедури формування і використання інформаційних ресурсів.

Деякий період інформаційний менеджмент сприймався як менеджмент створення систем, пов'язаних з розробкою, рекламою, торгівлею та експлуатацією комп'ютерних мереж, що забезпечують інформаційні потреби найбільш розвинених промислових підприємств, банків, комерційних організацій, навчальних закладів. Кожна велика фірма прагнула мати таку систему («корпоративну інформаційну систему» або «інформаційну платформу»), що пов'язана з зовнішнім світом за допомогою засобів телекомунікаційного зв'язку [5].

З іншої точки зору інформаційний менеджмент можна вважати інноваційною діяльністю, орієнтованою на постійний пошук нових, більш ефективних способів організації інформаційної діяльності, на створення матеріальних і соціальних передумов для ефективного доступу до інформації і забезпечення інформаційно-комунікаційних процесів, на активізацію і розвиток наявних інформаційних ресурсів і форм їх раціонального використання [4, с.11].

Деякі науковці визначають інформаційний менеджмент як прикладну технологію управління інформаційними ресурсами шляхом створення єдиної системи, що надає можливість здійснювати інформаційний моніторинг внутрішньої і зовнішньої сфери та сприяє обґрунтованому прийняттю управлінських рішень.

Як бачимо, сучасний зміст поняття про інформаційний менеджмент свідчить про те, що на перший план у процесах інформаційного забезпечення будь-якої діяльності виходить відповідальність за управління взаємодією між процесами створення матеріальних та духовних продуктів і послуг та інформаційними технологіями, як новітніми, так і традиційними.

За нашим баченням інформаційний менеджмент в діяльності підприємств, є невід'ємною частиною управління ними, що здійснює підвищення ефективності процесів бізнесу у нових економічних умовах. Відповідно, його реалізацію на місцях повинні підтримувати і контролювати кваліфіковані фахівці.

Для повноти розуміння суті інформаційного менеджменту необхідно враховувати ряд положень [7, с.10]:

- 1) інформація – умова і засіб ділового спілкування;
- 2) інформація – засіб доведення до суспільства відомостей про підприємство;
- 3) інформація – джерело відомостей про зовнішнє середовище;
- 4) інформація – товар;
- 5) інформаційний менеджмент здійснюється в межах конкретного підприємства;
- 6) інформація є самостійним чинником виробництва, який лежить в основі процесу ухвалення управлінського рішення;
- 7) інформаційний менеджмент має відношення не просто до інформації, а до інформаційної діяльності підприємства.

З вищезначеного виходить, що інформаційний менеджмент — це управління діяльністю, пов'язаною зі створенням і використанням інформації на користь підприємства.

Інформаційний менеджмент охоплює всі аспекти та проблеми управління у сфері створення й використання інформаційних ресурсів. Він виник як частина теорії менеджменту, але згодом набув цілком самостійного значення та перетворився на перспективний науковий напрям сучасного етапу розвитку інформаційного суспільства, що все більш набуває специфічних знакових прикмет. Необхідність його розвитку підтверджується практикою.

На нашу думку виникнення інформаційного менеджменту як самостійного виду діяльності зумовлене, з одного боку, необхідністю підвищення ефективності при прийнятті управлінських рішень власне у сфері інформатизації (внутрішні задачі інформаційного менеджменту), а з іншого, - збільшенням впливу інформаційних технологій на ефективність основної діяльності підприємства (зовнішні задачі інформаційного менеджменту).

Передумовою введення спеціалізованого інформаційного менеджменту, як складової системи менеджменту будь-якого підприємства стали:

- 1) перевищення фактичних витрат на проекти інформаційних систем порівняно з запланованими сумами, що часто супроводжується незадовільною якістю результатів розробки;
- 2) надмірне зростання витрат на обслуговування інформаційних систем, які вже знаходяться в експлуатації, що гальмувало створення і розвиток нових систем або підсистем через брак коштів;

3) поглиблення суперечності між централізованими і децентралізованими технічними і технологічними рішеннями.

Інформаційний менеджмент з'явився на світ як визнання того факту, що інформація є абсолютно необхідним ресурсом, щоб менеджмент був систематичним. Менеджери в сфері інформаційного менеджменту займаються розробкою й контролем систем, що обробляють і розподіляють інформацію. Для більш ефективної організації й використання інформації багатьма західними фірмами були розроблені інформаційні системи менеджменту.

Інформаційний менеджмент, як окремих вид діяльності на підприємстві, формується шляхом об'єднання наступних підходів:

- 1) економічний підхід (залучення нової інформації, виходячи з корисності і фінансових витрат);
- 2) аналітичний підхід (аналіз потреб користувачів інформації і комунікації);
- 3) організаційний підхід (розглядає інформаційні технології в контексті їх впливу на організаційні аспекти);
- 4) системний підхід (розглядає обробку інформації, виходячи з цілісного, системно орієнтованого, всеохоплюючого процесу обробки інформації в організації і приділяє особливе значення оптимізації комунікаційних каналів, інформації, матеріальних засобів, методів роботи).

В діяльності телекомунікаційного підприємства інформаційний менеджмент відіграє дуже важливу роль оскільки фактично являється потужною та ефективною інформаційною підтримкою. А це забезпечує йому існування у сучасних економічних умовах, які вимагають досить швидкого планування та прийняття рішень.

Для забезпечення інформаційної підтримки підприємства інформаційний менеджмент має охоплювати планування, організацію, координацію та контроль інформаційної діяльності та процесів, а також комунікації всередині підприємства з метою покращення його роботи, що передбачає цілеспрямоване використання інформації як ресурсу.

Інформаційна підтримка діяльності підприємства формується з багатьох складових, основними з яких є:

- 1) оцінка інформаційних потреб на кожному рівні та в рамках кожної функції управління;
- 2) вивчення і раціоналізація документообігу організації; стандартизація та уніфікація типів і форм документів; типізація інформації і даних;
- 3) подолання проблеми несумісності типів даних;
- 4) створення системи управління даними і т.п.

Крім того, інформаційний менеджмент розв'язує задачі планування, керівництва, контролю та організації документаційного забезпечення управління підприємством за певними цільовими критеріями для підтримки узгоджених організаційно-інформаційних дій працівників підприємства.

Інформаційний менеджмент в країнах Європи й США стосується всіх функцій управління сучасним підприємством.

Сьогодні, однією з найважливіших для кожного підприємства, глобальною є проблема управління сукупними інформаційними ресурсами підприємства. Для підприємств набувають ваги питання раціонального використання зовнішніх і організації внутрішніх інформаційних ресурсів, які вирішуються, звичайно, в контексті всієї інформаційної діяльності підприємства, а не виключно, самостійно.

Спеціаліст організації, працівник, керівник являються не просто користувачами, яким постачається інформація, а безпосередніми учасниками інформаційного процесу, найважливішою частиною інформаційного менеджменту.

Перелік завдань, які має реалізувати інформаційний менеджмент підприємства, включає: формування технологічного середовища інформаційної системи, її розвиток та обслуговування, оптимізацію розподілу ресурсів у цій галузі, формування інноваційної політики в процесі реалізації перспективних напрямів розвитку системи обробки інформації,

управління фінансами та персоналом у сфері інформаційних систем та ін. Визначений склад завдань, який не є вичерпним, потребує професійної реалізації та передбачає застосування інформаційного менеджменту. Фахівець з інформаційного менеджменту повинен володіти знаннями не тільки у галузі інформаційних технологій та в предметній області, але й в області менеджменту, економіки, фінансів та права [1, с. 39]. Отже, актуальність розвитку інформаційного менеджменту у галузі телекомунікацій обумовлена потребою забезпечити комплексний підхід до процесів автоматизації, який ґрунтується на розгалуженій системі різноманітних знань.

Посилення позицій інформаційного менеджменту на телекомунікаційному підприємстві дає змогу підвищити ефективність наявних інформаційних систем, уникнути невиправданих витрат і підвищити конкурентоспроможність підприємства. Основними критеріями ефективності організації інформаційного менеджменту на підприємстві є:

1) Насиченість комп'ютерами. Цей найчастіше застосовуваний критерій оцінки, відображає лише одну зі складових інформаційних систем. Але насиченість комп'ютерами сама по собі не приведе до якісної зміни в діяльності як підприємства, так і всього суспільства в цілому. До якісної зміни може привести лише впровадження нових інформаційних технологій, які реалізуються за допомогою комп'ютерів;

2) Інтеграція інформаційних технологій. Інтеграція — це система узгоджень і сукупність функцій, що їх реалізують. Розрізняють функціональну та інформаційну інтеграцію. Інформаційна інтеграція та засновані на ній комунікації умовно розподіляють на: корпоративні, орієнтовані на інформаційних системах державного сектора і структур змішаних форм власності; загального користування, що формуються поступово й самостійно в надрах малого бізнесу, приватного ринку й ринку інформаційних технологій.

3) Мережі загальнодоступних інформаційних банків. Цей критерій характеризує інтеграцію та комунікацію інформаційних систем у мережі загального користування, що передбачає гетерогенний розподіл системи баз даних (БД), дружній інтерфейс, загальнодоступні й дешеві мережі зв'язку. Основна складова таких мереж — це БД, що підтримуються своїми виробниками. Інтеграція інформаційних систем у такі БД залежить від вимог конфіденційності, захищеності власної інформації і таких параметрів, як вартість звернення до гетерогенних БД і час їх актуалізації.

Висновки. Проведене дослідження щодо теоретичного базису інформаційного менеджменту є важливою складовою в управлінні телекомунікаційним підприємством. Висвітлено теоретичні основи інформаційного менеджменту телекомунікаційних підприємств. Обґрунтовано передумови впровадження інформаційного менеджменту на телекомунікаційних підприємствах, а саме:

- 1) перевищення фактичних витрат на проекти інформаційних систем;
- 2) надмірне зростання витрат на обслуговування інформаційних систем, які вже знаходяться в експлуатації, що гальмувало створення і розвиток нових систем або підсистем через брак коштів;
- 3) поглиблення суперечності між централізованими і децентралізованими технічними і технологічними рішеннями.

Розглянуто наступні підходи до формування інформаційного менеджменту на підприємствах:

- 1) економічний підхід;
- 2) аналітичний підхід;
- 3) організаційний підхід;
- 4) системний підхід

Наведено основні критерії ефективності організації інформаційного менеджменту на підприємстві, такі як:

- 1) впровадження нових інформаційних технологій;
- 2) інтеграція інформаційних технологій;
- 3) мережі загальнодоступних інформаційних банків.

Впровадження та посилення позицій інформаційного менеджменту на телекомунікаційному підприємстві дасть змогу підвищити ефективність наявних інформаційних систем, уникнути незапланованих витрат та підвищити конкурентоспроможність підприємства на ринку телекомунікаційних послуг.

Список використаної літератури

1. Гринберг А.С., Король И.А. *Информационный менеджмент: учеб. пособие.* – М.: Юнити-Дана, 2003. – 415 с.
2. Калініна Л.М. Генезис інформаційного менеджменту як галузі наукового знання //Л.М.Калініна // *Стратегічні пріоритети.* - 2009.- №4(13).- С.71-76.
3. Кригер А.Б. *Информационный менеджмент.* – Владивосток: ДВГУ, 2004. – 127 с.
4. Матвієнко О.В. *Основи інформаційного менеджменту.*-К.:ЦУЛ, 2004. — 128с.
5. Спрінсян В.Г., Бірюкова Т.Л. *Ресурси та технології інформаційного менеджменту : навчальний посібник / В.Г.Спрінсян, Т.Л.Бірюкова.* — Одеса : ОНПУ, 2012. — 248 с
6. Шанченко Н.И. *Информационный менеджмент: учебное пособие.* – Ульяновск: УлГТУ, 2006. – 95 с.
7. Пістунов І.М., Борщ Т.В. *ПЗ4 Матеріали методичного забезпечення дисципліни «Інформаційний менеджмент»* – Д.: Національний гірничий університет, 2007.– 87 с.

Маковей Вікторія Владимировна Теоретический базис информационного менеджмента телекоммуникационных предприятий. В статье освещены теоретические основы информационного менеджмента телекоммуникационных предприятий. Обоснованно предпосылки внедрения информационного менеджмента в телекоммуникационных предприятиях. Рассмотрены основные подходы к формированию информационного менеджмента на предприятиях. Предложен перечень основных критериев эффективности организации информационного менеджмента на предприятии для повышения его конкурентоспособности

Ключевые слова: информационный менеджмент, телекоммуникационные предприятия.

Makoviy Viktoriya. The theoretical basis of information management in telecommunications enterprises. The article describes theoretical basis of information management of telecommunication enterprises. The article describes conditions for the implementation of information management for telecommunication enterprises. Shown the main approaches to formation of information management in enterprises. Proposed list of key performance criteria of information management in the enterprise with the aim of increasing its competitiveness.

Keywords: information management, telecommunications enterprises.