

УДК 631:15:658

**Кухар Р.Б.**, к.ф.-м.н., доцент<sup>©</sup>*Львівський національний університет ветеринарної медицини  
та біотехнологій імені С.З. Гжицького***ЕФЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ –  
ЗАПОРУКА УСПІШНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ АПК**

*В роботі досліджується проблема ефективного використання інформаційних технологій в системі менеджменту з метою досягнення оптимальних управлінських рішень, зокрема технології, що забезпечують процеси маркетингового управління.*

**Ключові слова:** *інформаційні технології, менеджмент, ефективність, маркетинг, економіка.*

**Постановка проблеми.** Формування глобальної інформаційної інфраструктури є характерною рисою розвитку світового господарства наприкінці ХХ - на початку ХХІ ст. Створення глобального інформаційного простору стало можливим завдяки новим інформаційним технологіям. Дослідження особливостей розвитку галузі інформаційних технологій, що визначає специфіку інформатизації постіндустріальної економіки, є надзвичайно актуальною проблемою.

**Аналіз останніх досліджень.** Транснаціональні корпорації галузі інформаційних технологій є наслідком і водночас причиною зростання міжнародної концентрації виробництва, а відтак, і розгортання процесу інтернаціоналізації на світовому ринку Інформаційних технологій. На становлення галузі інформаційних технологій вплинули такі ключові чинники: усвідомлення необхідності довгострокових розробок, вплив універсальних стандартів, конкуренція, що постійно загострюється, монополізація і постійне застосування антимонопольних заходів, взаємодія вертикальних і горизонтальних ринкових сил, сила базових економічних положень. Зпочатку 50-х рр. ХХ ст. галузь інформаційних технологій є прикладом сильного, зазвичай монопольного лідерства окремих вендорів. Конкуренція у галузі почала загострюватися з кожною хвилиною розвитку технологій, появою нових ІТ-компаній. Для галузі інформаційних технологій характерним є хвилеподібний розвиток, при цьому цей розвиток ІТ-галузі варто розподілити на такі етапи: системо-центричний, комп'ютерно-центричний, мережево-центричний, контент-центричний етапи. В основі такого поділу - стандарти, які визначають основні детермінанти розвитку ІТ-галузі: на першому етапі — системоорієнтовані, власні стандарти; на другому - ПК-орієнтовані стандарти і апаратного й програмного забезпечення; на третьому етапі - Інтернет-орієнтовані стандарти; а на четвертому — стандарти зберігання й передачі інформації, орієнтовані на споживачів [1].

---

<sup>©</sup> Кухар Р.Б., 2012

**Мета статті.** Причини, які спонукають організації впроваджувати інформаційні системи, з одного боку, обумовлюються прагненням збільшити продуктивність повсякденних робіт чи усунути їх повторне проведення, а з іншого - бажанням підвищити ефективність управління діяльністю організації за рахунок прийняття оптимальних і раціональних управлінських рішень.

Для сучасних умов характерне застосування високоефективних внутрішньофірмових систем інформації, що ґрунтуються на використанні найновіших інформаційних технологій, зокрема єдиної локальної комп'ютерної мережі. Управлінська внутрішня інформаційна система являє собою сукупність інформаційних процесів для задоволення потреб в інформації на різних рівнях прийняття рішень. Інформаційна система включає компоненти обробки інформації, внутрішні і зовнішні канали її передачі.

Інформація, особливо її автоматизована обробка, і тепер залишається важливим чинником підвищення ефективності діяльності будь-якої організації. Важливу роль у використанні інформації відіграють способи її реєстрації, обробки, нагромадження й передачі; систематизоване збереження інформації та її видача в потрібній формі; виробництво нової числової, графічної та іншої інформації.

В сучасних умовах у великих організаціях створені й ефективно діють інформаційні системи, які вирішують такі завдання як обробку даних, обробку інформації, реалізацію інтелектуальної діяльності з метою створення інформаційнеобхідної менеджеру для прийняття ефективних управлінських рішень.

**Виклад основного матеріалу.** Глобалізація економічного розвитку є однією з визначальних ознак сучасної цивілізації. Цей процес охоплює практично всі чинники й умови виробництва, усі його галузі й територіальні утворення. Нині всі країни світу так чи інакше причетні до процесу глобалізації, який найефективніше проявляється в розвинених країнах світу — центрі сучасної світової економіки. Небачені досі масштаби економічних потоків, які супроводжують глобалізацію, можна порівняти з природними явищами і катаклізмами величезної сили. У такій ситуації економічно слабші країни є надзвичайно вразливими й часто беззахисними перед дією глобальних економічних, фінансових, технологічних та інших чинників.

Економічна складова глобалізації пов'язана із чинниками та формами господарського поступу, що вміщують такі поняття, як технології та інвестиції, інтелектуальні та фінансові ресурси, менеджмент, маркетинг тощо. Формами прояву цих процесів є:

- 1) зростання обсягів міжнародної торгівлі та інвестицій;
- 2) диверсифікація світових фінансових ринків і ринків технологій;
- 3) зростання ролі транснаціональних корпорацій (ТНК) у світових господарських процесах;
- 4) загострення глобальної конкуренції;
- 5) поява систем глобального, стратегічного менеджменту;

б) зростання ролі інформаційних і комунікаційних технологій в економічному розвитку.

Необхідно визнати, що в XXI ст. людство в цілому і міждержавна спільнота зіткнулися з експлуаторською за своєю суттю формою неокolonізації. Тобто сьогодні інформаційно слабо озброєні та інноваційно незабезпечені країни стикаються з таким явищем, яке умовно можна назвати інформаційним імперіалізмом, коли імперія “створює поділ на центр і периферію, визначає доцентрові тенденції, породжує символічний продукт для споживання всіма”.

Глобалізація та інноваційна інформатизація радикально змінює цивілізаційні перспективи національної держави. Можливість одночасного включення і виключення за межі глобальної економіки не лише людей і певних видів діяльності, а й територій і держав великою мірою зумовлюється тим, наскільки в сучасну епоху все системніше глобалізуються знання і творчість, висококваліфікована праця та інноваційна підприємливість, а також інші процеси, породжені інформаційною епохою. Визначальну роль у розвитку глобалізаційних процесів в останні роки відіграє діяльність “Групи 20”. Варто зауважити, що на частку країн “двадцятки” припадає близько 90% світового ВВП та 80% торгівлі, а також понад 60% населення світу.

Сьогодні можуть вижити ті національні державні утворення, які тісно співпрацюють з іншими державами та наддержавними утвореннями в межах загальної системи взаємодій. Задля цього фактично вже склалася інформаційно-технологічна інфраструктура, що створює реальні передумови функціонування економіки.

Новітні масштабні макроекономічні зрушення, що відбуваються у ринково розвинутих країнах, характеризуються становленням “економіки знань”, дієвим результатом якої є інтелектуально- та інформаційно забезпечене виробництво. Так, у передових країнах, що входять до Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР), більше половини новоствореного валового національного продукту забезпечують не матеріальні ресурси (сировина, енергоресурси, робоча сила, устаткування), а саме “невагома економіка”, в основі якої - сучасна інформація та комунікаційні технології, інноваційний інтелект, широкі знання та підприємницьке мислення. Людський капітал набуває принципово іншої якості, стає головним ресурсом “пост матеріальної неоекономіки”. Заданими ЮНЕСКО, нині 20 країн сконцентрували на своїх теренах 95% усіх учених світу. І саме в цих країнах ВВП з розрахунку на одну особу щорічно зростає щонайменше на 200 дол. США [2].

Необхідно визнати, що інформаційно-інноваційні зусилля країн “золотого мільярда” в останнє десятиріччя були переорієнтовані на розробку інноваційних і проривних технологій. Водночас слід констатувати можливі негативні наслідки інформаційної віртуалізації фінансової сфери, яка активно відтворює ринок деривативів (похідних фінансових інструментів). Побічним продуктом їх безконтрольного емітування на ринках фінансових послуг стала поява надмірної

кількості нічим не забезпечених грошових ресурсів. Це, у свою чергу, стало однією з причин світової фінансової кризи, яка негативно вплинула на соціально-економічну ситуацію в Україні

Сьогодні найважливішим ресурсом будь-якого підприємства, здатним значно вплинути на підвищення його конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості та капіталізації, є корпоративні інформаційні ресурси і знання. Наприклад, інформаційне забезпечення процесу маркетингового управління діяльністю посередників на ринку формують системи нового класу в управлінні підприємством: управління взаємовідносинами з клієнтами (Customer Relationship Management — CRM) та управління взаємовідносинами з партнерами (Partner Relationship Management — PRM)[3].

Відповідно, на ринку посередницьких послуг постійні клієнти і надійні партнери посередника-оператора ринку — його головне багатство, тому ставитися до інформації про них треба відповідно. Для управління взаємовідносинами з клієнтами та партнерами посередники використовують сучасні CRM-та PRM-системи, що дозволяють отримувати максимальну інформацію про клієнта або партнера в момент спілкування з ним.

Основна мета роботи цих систем - отримати найбільш повну інформацію про покупця для найкращого його обслуговування та систематизувати інформацію партнера. Особливої важливості використання CRM- і PRM-систем набуває для маркетингового управління на ринку посередницьких послуг

Функціональні можливості CRM- і PRM-систем:

- управління контактами (інформація про клієнта або партнера, історія контактів);
- управління діяльністю (календар, діловий щоденник);
- управління зв'язком (передача інформації, її збереження тощо);
- прогнозування (перспективи продажу, прогноз, маркетинг);
- управління чинниками залучення клієнтів і партнерів;
- управління документацією, розробка, впровадження стандартів, звітів, інформаційно-рекламних матеріалів;
- аналіз продажів, надання аналітичних даних про продажі;
- конфігурація продукту, зберігання інформації про альтернативні варіанти продуктів і їхні цінові характеристики;
- енциклопедія маркетингу надає оновлену інформацію про послуги, ціни, рекламні заходи, результати різних досліджень (наприклад, чинники, які мають вплив на прийняття рішення про купівлю) та ознайомлювальну інформацію про конкурентів.

Основою успішної роботи CRM- і PRM-системи є збереження всієї інформації про взаємодію з клієнтами та партнерами в єдиній базі даних. Тому наступним етапом еволюції інформаційних систем управління має стати взаємно інтегрована система — єдина автоматизована інформаційна система взаємодії зі споживачами та партнерами (Customers and Partners Relationship Management — CPRM), що реалізовуватиме таке:

- можливість аналізу і прогнозування основних кон'юнктуроутворюючих чинників ринку;
- можливість виявлення передових тенденцій у реалізації

посередницьких послуг;

- модуль виявлення системи взаємозв'язків між різноманітними чинниками, що впливають на стан ринку й обсяг продажів;

- функція аналізу конкурентоспроможності фірми, зіставлення споживчих властивостей, ціни, витрат надання послуг з аналогічними показниками конкуруючих компаній;

- автоматизоване розроблення на основі вивчення кон'юнктури і місткості ринку та прогнозів із платоспроможного попиту на нові послуги;

- автоматизоване розроблення коротко- (1-2 роки), середньо- (до 5 років) та довготермінової (до 10-15 років) стратегій маркетингу посередника;

- автоматизована організація зворотного зв'язку зі споживачами; автоматизована організація зворотного зв'язку з партнерами;

- автоматизація пошуку оптимального рішення для конкретного споживача за рахунок обробки партнерської інформації;

- можливість аналізу методів розгляду й задоволення претензій і рекламцій, що надійшли від споживачів, і здійснення контролю за їхнім повним задоволенням у встановлені терміни.

Інтеграція маркетингу взаємодії в систему маркетингового управління на основі комплексної інтеграції CRM- і PRM-систем маркетингового управління на ринку посередницьких послуг забезпечить досягнення конкурентних переваг за рахунок комплексного використання маркетингових інструментів та інформаційних технологій управління як комплексом маркетингу, так і управління маркетинговими відносинами

**Висновки.** Сьогодні найважливішим ресурсом будь-якого підприємства, здатним значно вплинути на підвищення його конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості та капіталізації, є корпоративні інформаційні ресурси і знання. Інформаційне забезпечення процесу маркетингового управління діяльністю посередників на ринку формують системи нового класу в управлінні підприємством: управління взаємовідносинами з клієнтами.

Відповідно, на ринку посередницьких послуг постійні клієнти і надійні партнери посередника-оператора ринку — його головне багатство, тому ставитися до інформації про них треба відповідно. Для управління взаємовідносинами з клієнтами та партнерами посередники використовують сучасні CRM-та PRM-системи, що дозволяють отримувати максимальну інформацію про клієнта або партнера в момент спілкування з ним.

#### Література

1. Литвин А.Є. Особливості розвитку галузі інформаційних технологій // Актуальні проблеми економіки. - 2011. - №11 (125). – С.18-26.

2. Фомина Е.В. Роль інформаційного забезпечення глобалізаційних процесів в економічному розвитку України.//Актуальні проблеми економіки. - 2011. - №11 (125). – С.58-63.

3. Костинець Ю.В. Інформаційне забезпечення маркетингового управління на ринку посередницьких послуг // Актуальні проблеми економіки 2011. - №11 (125). – С.38-43.

**Summary**

**Kuchar R.B.**

*Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies  
named after S.Z. Gzhytskyj*

**EFFECTIVE USE OF INFORMATION TECHNOLOGY – THE KEY TO  
SUCCESSFUL MANAGEMENT OF AGRICULTURE**

*The problem of effective use of information technology management system in order to achieve optimal management decisions, including technology, to support marketing management.*

Рецензент- д.е.н., професор Музика П.М.