

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПРОЦЕСАХ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Горбаньова В. А.

*викладач кафедри менеджменту,
аспірант спеціальності 072 «Менеджмент»
факультету менеджменту, готельно-ресторанної справи та туризму
Міжнародний гуманітарний університет
м. Одеса, Україна*

Вплив інформаційної економіки на систему менеджменту підприємств виражається, в першу чергу, в різко збільшеному інформаційному потоці і потреби приймати управлінські рішення в прискореному режимі в умовах конкурентного середовища.

Удосконалення управлінських технологій тісно пов'язане з формуванням, використанням і застосуванням засобів управління, що представляють собою комплекс інструментальних, організаційних і методичних заходів. У ролі засобів такого роду виступають інформаційно-комунікаційні технології, які забезпечують управління інформаційними ресурсами, які постійно збільшуються, в головних видах управлінської діяльності підприємства, такими як: стратегічне планування, маркетинг, якість продукції та послуг, управління, антикризове управління, фінансовий облік і т.д. [1].

У такому разі зміни наздоганяють не тільки обсягів, форм і місця розташування інформації, а й її змісту з огляду на трансформації функцій і завдань управління організацією в умовах сучасної економіки.

Основне завдання управління – це збільшення ефективності систем управління за допомогою компетенції менеджерів компанії, збільшення швидкості прийняття стратегічних рішень, впевненості в здійсненні нестандартних процесів управління. В умовах інформаційної економіки роль інформаційно-комунікаційних технологій істотно зростає. Називаючись елементом інфраструктури, інформаційно-комунікаційні технології стають основним засобом ведення електронного бізнесу.

У традиційних моделях ведення інформаційної діяльності інформаційно-комунікаційні технології є інфраструктурою, спільно з адміністративним забезпеченням (юридичні послуги, кадри), фінансовим обліком і т.д. [4].

Основою процесу створення і вдосконалення системи інформаційно-комунікаційних технологій управління організацією є взаємини об'єкта і суб'єкта.

Об'єкт управління – це система інформаційно-комунікаційних технологій, яка використовується для задоволення зовнішніх і внутрішніх потреб в інформаційному обслуговуванні, враховуючи змінюються фактори внутрішнього і зовнішнього середовища організації. Суб'єкт управління – система управління організацією в особі президента компанії (виконавчого директора) по інформаційних ресурсів, іншими словами, інформаційного менеджера. Об'єкт управління необхідно проаналізувати в певному аспекті, який обумовлений обов'язковим застосуванням методологічного підходу, для теоретичного пізнання системи в цілому. Методологічним підходом називається спосіб бачення дійсності через призму наукових категорій, який може бути представлений у вигляді сукупності наукових методів.

Сучасна наука широко використовує такі підходи як:

- Системний підхід;
- Інформаційний підхід;
- Стратегічний підхід;
- Діяльнісний підхід;
- Ймовірно-статистичний підхід;
- Кібернетичний підхід;
- Дескриптивний-нормативний підхід [3].

Об'єкт дійсності, який взято в одному з аспектів, формує предмет вивчення. Фахівці, застосовуючи методологічний підхід, виявляють істотні і приховані закономірності, які властиві певному предмету. У разі, коли застосовується один методологічний підхід і розгляд об'єкта здійснюється в одному аспекті, виникають приватні результати дослідження. У зворотному випадку, об'єкт розглядають багатоаспектне.

Формування та впровадження інформаційно-комунікаційних технологій повинні ґрунтуватися на об'єктно-орієнтованому, стратегічному, інформаційному і системному підходах.

Створення та модернізація інформаційних ресурсів компанії реалізується за такими напрямками, як: визначення проблем та інформації, яка необхідна для їх вирішення; збір, обробка та аналіз наданої інформації, яка необхідна для вирішення знайдених проблем; формування та оцінка альтернатив для співробітника, що приймає рішення.

Безпека організації – це ключове питання для впровадження сучасних ІТ-технологій.

Для реалізації інформаційного управління пропонуємо впровадження в компаніях системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM-система, скорочення від англ. Customer Relationship Management) – прикладне програмне забезпечення для організацій, призначене для автоматизації стратегій взаємодії з замовниками (клієнтами), зокрема для підвищення рівня продажів, оптимізації

маркетингу і поліпшення обслуговування клієнтів шляхом збереження інформації про клієнтів і історію взаємин з ними, встановлення і поліпшення бізнес-процесів подальшого аналізу результатів.

CRM – модель взаємодії, заснована на теорії, що центром всієї філософії бізнесу є клієнт, а головними напрямками діяльності компанії є заходи щодо забезпечення ефективного маркетингу, продажів і обслуговування клієнтів. Підтримка цих бізнес-цілей включає збір, зберігання і аналіз інформації про споживачів, постачальників, партнерів, а також про внутрішні процеси компанії. Функції для підтримки цих бізнес-цілей включають продаж, маркетинг, підтримку споживачів [2, с. 23].

Стратегічні цілі програми впровадження CRM:

1. Підвищення ефективності діяльності і зростання доходів – зростання середнього числа пропонованих послуг і продуктів на одного клієнта.
2. Удосконалення крос-процесного взаємодії при обслуговуванні та продажах.
3. Орієнтація на клієнтів, а також підвищення рівня задоволеності клієнта.
4. Посилення продуктивності праці – виконання бізнес-процес в цілісній системі.

Завдання програми впровадження CRM:

1. Формування цілісного уявлення про клієнта, продуктах, їм придбаних, історії взаємодії зі підприємством.
2. Автоматизованості діяльності співробітників Контактного центру Підприємства.
3. Підтримка планування роботи взаємодії з клієнтами та продажу у внутрішніх структурних підрозділах.
4. Впровадження засобів для підвищення обсягів крос-продажів і повторних продажів продуктів.
5. Об'єднання системи з автоматизованими системами Підприємства.

Головними критеріями вдосконалення організаційної структури підприємства на базі інформаційно-комунікаційних технологій є наступні характеристики: рішучість, здатність до швидкої інтеграції, надійність, складність, гнучкість, швидкість прийняття рішень.

Процес оптимізації системи управління організації в цілому на базі інформаційно-комунікаційних технологій можна звести до процесу глобальної інтеграції як внутрішньоорганізаційні мережі, так і в зовнішніх зв'язках. Іншими словами, інформаційно-комунікаційні технології повинні забезпечити перетворення корпоративних структур організації в мережеві.

Література:

1. Гергенов А.С. Информационные технологии в управлении : Учебное пособие. Улан-Удэ : Изд-во ВСГТУ. 2005. 72 с.
2. Жигалкевич Ж.М., Онопко А.С. Інформаційні технології в управлінні підприємством. Сучасні підходи до управління підприємством: Збірник тез доповідей VII Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю. К: Вид-во «Політехніка», 2016. 104 с.
3. Інформаційні технології та моделювання бізнес-процесів : навч. посіб. / О.М. Томашевський, Г.Г. Цегелик, М.Б. Вітер, В.І. Дудук. К.: Центр учбової літератури, 2012. 296 с.
4. Клімушин П.С., Орлов О.В., Серенок А.О. Інформаційні системи та технології в економіці : навч. посіб. Х.: Вид-во ХарІ НАДУ «Магістр», 2011. 448 с.

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ УКРАЇНСЬКИХ ФУТБОЛЬНИХ КЛУБІВ

Сапронов А. О.

*магістр 2 курсу спеціальності 072 «Менеджмент»
факультету менеджменту, готельно-ресторанної справи та туризму
Міжнародний гуманітарний університет
Науковий керівник: **Лебедева Н. А.**,
кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту
факультету менеджменту, готельно-ресторанної справи та туризму
Міжнародний гуманітарний університет
м. Одеса, Україна*

Знання основ сучасного менеджменту та вміння застосовувати на практиці його основні методи є необхідною умовою ефективною роботи футбольних клубів, підготовки спортсменів високого класу, підвищення їх активності в спортивній діяльності. Управлінські технології пов'язані не лише з виробництвом якісних товарів або послуг у сфері спорту, але й з необхідністю їх просування на ринок і ефективного реалізацією послуг в умовах ринкової економіки та високої конкуренції [1].

Футбол виявляє прямий і непрямий вплив на економіку і часто його вплив досить значний. На думку експертів ріст фондових ринків країн, що розвиваються, збірні яких виграли світовий чемпіонат, у середньому