

Секишев В.И., Калашников Н.И.
ООО «Научно-производственная Компания
«Трансфер Новых Технологий»

МАРКЕТИНГ И ТРАНСФЕР ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАМКАХ МНОГОПРОФИЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГРУППЫ ПРЕДПРИЯТИЙ КОМПАНИИ.

*«Для того, чтобы победить,
нам необходимо... в каждый момент времени точно знать,
где мы находимся,
куда движемся,
каковы наши возможности и препятствия на пути»
Ли Якокка*

Рыночная система хозяйствования не может функционировать без использования актуальной и достоверной экономической, социальной, научной, правовой и другой информации, т.к. сегодня в информационном обществе стратегическим ресурсом становятся информация, знания, творчество. Информационное обеспечение субъектов хозяйствования есть одним из условий их конкурентоспособности и важным фактором эффективности производства.

Принятие управленческих решений связано с постоянной трансформацией информации, а сам процесс управления имеет информационный характер. На каждой из стадии управления используется конкретная входящая информация и одновременно формируется результативная выходящая информация, которая есть входящей на других стадиях управления.

Информационные технологии находят широкое применение в разных отраслях народного хозяйства. Сегодня в работе менеджера все чаще можно встретить предметы, которые составляют понятие - новая информационная технология.

Под ней понимают совокупность внедряемых в системы организационного управления принципиально новых средств и методов обработки данных, что представляет собой целостные технологические системы, которые обеспечивают целенаправленное создание, передачу, сохранение, и отображение информационного продукта (идей, знаний) с наименьшими затратами.

Целью исследования есть определение роли информационных систем для управленческих решений в компании, условия создания и

требования к автоматизированным системам, решение экономических и управленческих задач.

Сделан анализ формирования и использования актуальной и достоверной экономической, социальной, научной, правовой, корпоративной и другой информации с целью принятия обоснованных решений эффективного управления разными видами и направлениями деятельности предприятий многопрофильной компании, снижения её транзакционных затрат, внедрения информационных технологий, автоматизации деловых процессов.

Стратегической целью развития информационных технологий есть постоянное усовершенствование и оптимизация технологического процессов, также программно-технических средств. Главным принципом внедрения IT-решений есть способность максимально поддерживать стратегические направления развития бизнеса и направленность на повышение уровня интеграции систем автоматизации компании.

Достижение определенных целей может быть обеспечено путем реализации следующих стратегических заданий: внедрение современной интегрированной информационной корпоративной системы, проведения всех необходимых мероприятий; внедрение современной системы управления компанией и формируемых программ и проектов; внедрение корпоративного хранилища данных и информационно-аналитической системы.

Развитие существующих IT-решений по бизнес направлениям включает: корпоративный и проектный бизнес, финансы и учет, технологическую поддержку, IT-поддержку, защиту информационных ресурсов.

Информационная деятельность Компании осуществляется в определённой ею сфере информационного внимания. Последнее определяется в зависимости от направлений и видов деятельности Компании, интересов и перспектив её развития, особенностей украинских и иностранных рынков – в рамках специального подразделения - *Информационного центра Компании*.

Информационные системы, технологии, программные разработки по управлению Компанией и её проектами дают возможность моделировать и организовывать информационное обеспечение управленческих и производственных процессов улучшить учет в Компании, что проявляется в формировании единой интегрированной базы данных, дает возможность достигнуть единства разных показателей; классификация и кодировка экономической информации проходит в единой системе, что позволяет избежать ошибок во время ввода данных при большом количестве показателей;

после ввода первичных данных процесс их расчета и заполнения отчетных форм проходит автоматически, что уменьшает затраты времени на выполнение учетно-контрольных и аналитических работ.

Внедрение маркетингового менеджмента, систем автоматизации деловых процессов предвещает важные преимущества в организации управленческой деятельности, а именно: обеспечивается высокая эффективность принятия решений, повышается эффективность работы компании в целом; рационализируются и интегрируются информационные процессы, в частности улучшается организация документооборота компании; осуществляется оперативная настройка автоматизированной системы на текущие изменения порядка работы компании; убирается дублирование функций; уменьшаются затраты рабочего времени на рутину, не творческую работу.

Важным условием успешной работы компании есть архитектура информационных технологий, которая представляет совместную, стандартизированную и интегрированную информацию, охватывает основные сферы деятельности и с помощью достаточной гибкости не противоречит появлению новых и усовершенствованию существующих бизнес проектов, а также решения комплекса задач поддержания безопасности информационных ресурсов компании. Успешное внедрение и эффективное использование информационных технологий автоматизации управленческих процессов на предприятиях имеет большое будущее.

Таким образом, последовательная реализация стратегических заданий создаст условия для проведения комплексной интеграции информационных систем и построения единого информационного пространства компании, внедрение эффективного внутрикорпоративного управленческого учета, внедрение новых информационных продуктов и услуг, достижения постоянных конкурентных преимуществ на рынке.

1. Вовчак І.С. Інформаційні системи та комп'ютерні технології в менеджменті. – Тернопіль: Карт-бланш, 2001
2. Жеребин В.М., Мальцев В.Н., Савалов М.С., Экономические информационные системы. М.: Наука, 1998.
3. Інформаційні системи в менеджменті. Навчальний посіб./ Глівенко С.С., Лапін С.В., Павленко О.О. та ін.. – Сума: ВТД «Університетська книга», 2005.
4. В.И. Секишев и др. Бизнес-технологии в АПК на примере агропромышленной программы «ВОЗРОЖДЕНИЕ». Материалы III Украинской конференции по птицеводству с международным участием, вып. 52, Харьков, 2002 г., с. 478.

Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: збірник тез доповідей
VIII Міжнародної науково-практичної конференції, 25-26 вересня 2014
року. – Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2014. - С. 165-167.