

Ірина МУШЕНИК

канд. екон. наук, доцент кафедри математики,
інформатики та академічного письма,
Заклад вищої освіти «Подільський державний університет»,
м. Кам'янець-Подільський

РОЗВИТОК МАРКЕТИНГОВИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

Розвиток ІТ-сфери в Україні змушує підприємства до модернізації механізму застосування інформаційних технологій з метою посилення конкурентоспроможності. Це підштовхує домодернізації управлінської, та зокрема, маркетингової діяльності підприємства, що обумовлює певні переваги у роботі. Проте, зараз модернізація знаходиться на етапі, коли класичних інструментів маркетингу вже не достатні для досягнення необхідного рівня конкурентоспроможності. Зі зростанням об'ємів інформації, що присутні у зовнішньому та внутрішньому середовищах, ускладненням роботи з великими масивами даних, зростає й необхідність у зміні підходів до вирішення інформаційних задач. Така зміна потребує перегляду змістовного наповнення зв'язків у тріаді створення інформації: в цілях інформаційного пошуку, структуруванні масивів даних, методів обробки даних [1].

Метою дослідження є обґрунтування необхідності і визначення напрямів вдосконалення управління інформаційними ресурсами підприємств в умовах посилення конкурентних процесів ринкового середовища в Україні та викликів глобалізації. Для досягнення поставленої мети було проаналізовано досвід японських та європейських підприємств у сфері управління інформаційними ресурсами.

Однією з основних характеристик інформаційного суспільства є його глобалізація. При цьому інформація і знання відіграють роль стратегічних ресурсів, а доступ до них є вирішальним чинником соціально-економічного розвитку країни. Інтенсивний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій і мереж та інституцій системи науково-технічної інформації, а також швидке поширення локальних і глобальних комунікаційних мереж, створює принципово нову якість світового інформаційного обміну [1].

Саме з інформаційним суспільством пов'язане майбутнє всіх країн світу, зокрема, держав, що входять до Європейського Союзу. Основними напрямками управління інформаційними ресурсами сьогодні є: розвиток інформаційних послуг та мереж, створення ринку інформаційних послуг, запобігання дискримінації за інформаційною ознакою, протидія інформаційним монополіям, розвиток технічного і соціально-інформаційного забезпечення.

У 2016 році основною метою ЄС було визнано формування європейського інтелектуального потенціалу, вдосконалення інформаційної і телекомунікаційної інфраструктур, модернізацію системи освіти, стимулювання інноваційної діяльності та структурної реформи економіки [2]. Японія є однією з перших країн світу, що розпочала інформатизацію економіки та суспільства, і сьогодні, поряд із США, є світовим лідером за більшістю її показників. Це перша країна, уряд якої усвідомив особливу роль інформації як найважливішого чинника економічного і соціального розвитку. Програма інформатизації передбачає створення особливої інформаційної структури, яка охоплювала б виробництво, збут, транспорт, обслуговування, побут, освіту, управління [3].

Отже, найбільш перспективними напрямками вдосконалення управління інформаційними ресурсами є використання сучасних технологій, оптимізація способів отримання, збереження й обробки інформації із використанням інформаційно-комунікаційних технологій, що істотно підвищить ефективність управлінської діяльності на підприємствах України.

Ситуація на українських підприємствах демонструє, що оперативне й раціональне управління інформаційними ресурсами є дуже важливим для їх формування і розвитку. Від того, яким чином інформаційні ресурси обробляються, використовуються і зберігаються, прийматимуться управлінські рішення, які впливають на подальший розвиток підприємства та його конкурентоспроможність. Це дозволяє підприємству своєчасно реагувати на будь-які зміни у середовищі його функціонування та здійснювати успішну господарську діяльність.

Світовий досвід розвитку сфери комп'ютерних технологій та інформаційних ресурсів свідчить про те, що управління інформаційними ресурсами підприємства має здійснюватися під впливом та із врахуванням плинності оточуючого середовища, а також можливостей і потреб самого підприємства.

Отже, ефективність маркетингової діяльності підприємств залежить від ряду факторів, в числі яких особливе місце займає процес маркетингового збору інформації і ухвалення на їх основі маркетингових рішень. При цьому доводиться враховувати велику кількість чинників зовнішнього і внутрішнього середовища, які схильні до швидких змін. Все це призводить до зростання обсягів інформації, яку необхідно опрацювати в процесі підготовки рішення.

Все більше підприємств розглядають можливість модернізувати свою інформаційну систему з метою максимізації ефективності своєї діяльності. Стає цілком очевидно, що нині зростає необхідність у оптимізації інформаційної системи через пошук інтегрованого програмного забезпечення. Принципи та підходи до інформації.

Перелік використаних джерел:

1. Горючий В.М. Національні інформаційні процеси умов глобалізації: монографія. К., 2015. 284 с.
2. Інформаційні системи і технології в менеджменті: навч. посіб./ О.В. Грицунов. Х.: ХНАМГ, 2010. 222 с.
3. Мушеник І.М. Аналіз напрямів підвищення конкурентоспроможності малих і середніх підприємств: досвід країн ЄС. *Наука і техніка сьогодні*. Серія «Економіка». 2022. №5(5) С. 153-162.
4. Писаренко Т.В. Інформаційне забезпечення інноваційного розвитку: світовий та вітчизняний досвід: монографія / Т.В. Писаренко, Т.К. Кваша. – К.: УкрІНТЕІ, 2015. – 239 с.
5. Северин М.А., Солнцев С.О. Розвиток маркетингових інформаційних систем вітчизняних підприємств в умовах інформатизації суспільства. URL: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.17.2020.216379>.