

**Свистун Віка**  
студентка 1 курсу спеціальності  
073 Економіка, менеджмент  
Науковий керівник: **Мушеник І.М.**  
к.е.н., доцент кафедри математичних дисциплін,  
інформатики і моделювання  
Подільський державний аграрно-технічний університет,  
м. Кам'янець-Подільський

## **СТРАТЕГІЧНІ ПЛАНУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТІ**

Стратегічне планування – різновид управлінської діяльності, який полягає в реалізації комплексу заходів, пов'язаних із визначенням стратегії діяльності організації, тобто комплексного плану перспективного розвитку організації. За своїм змістом стратегічне планування передбачає формулювання місії; визначення цілей організації; аналіз її стану на засадах оцінки факторів зовнішнього і внутрішнього середовищ; оцінку стратегічних альтернатив (можливостей) і вибір стратегії діяльності. Як правило, стратегічне планування здійснюється невеликим за чисельністю (5—10 осіб) спеціальним плановим відділом, а розроблені ним стратегії повинні розглядатися на нарадах вищого керівництва один раз на рік. Стратегічне планування є складним процесом, який охоплює декілька етапів:

**Етап 1. Інформаційне забезпечення стратегічного планування.** Полягає в підборі, класифікації та підготовці до використання інформації щодо розроблення стратегії, яка надасть досить повну та об'єктивну характеристику факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, можливих стратегій, методичного забезпечення. Особливо важливою при цьому є необхідність використання сучасних інформаційних технологій.

**Етап 2. Визначення місії і цілей організації.** **Місія** – це чітко виражена причина існування організації. Формулювання, усвідомлення та проголошення місії організацією є важливим орієнтиром і критерієм оцінки її діяльності. **Цілі** – це конкретний очікуваний стан організації. Вони бувають

довгостроковими (5 і більше років), середньостроковими (1 – 5 років) і короткостроковими (до 1 року).

**Етап 3. Вибір методів аналізу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища.** На цьому етапі використовують такі методи дослідження, як порівняння, експертні оцінки, системний аналіз, статистичні і соціологічні дослідження, сукупна думка збутовиків, споживачів тощо.

**Етап 4. Оцінка і аналіз факторів зовнішнього середовища.** Суть його полягає в дослідженні представлених факторів (див. рис. 1.8). Важливо послуговуватися методикою, яка дала б змогу кількісно оцінити вплив кожного з них. Наприклад, силу впливу факторів можна оцінювати за стобальною системою. Максимальні величини балів щодо кожної з груп факторів можуть становити: економічних – 20 балів; політичних – 10; ринкових – 23; соціальних – 8; технічних і технологічних – 12 і т. д. Окремо можна оцінювати позитивний або негативний вплив. На основі отриманих даних можна виводити інтегральну оцінку.

**Етап 5. Оцінка і аналіз факторів внутрішнього середовища.** Передбачає вивчення стану факторів внутрішнього середовища організації (працівники, цілі, технологія, завдання, структура, ресурси). Це здійснюється шляхом дослідження стану фінансів, обліку, нормування та оплати праці, культурного рівня організації, використання робочої сили тощо, а також можливостей організації на ринку (маркетингові дослідження) тощо. Отримані результати дають змогу визначити сильні та слабкі позиції підприємства.

**Етап 6. Виконання розрахунків, обґрунтувань, проектних розробок.** Суть його полягає у визначенні найважливіших показників (економічних, соціальних, технологічних тощо), які найповніше характеризують очікувані стратегії та виявлені тенденції їх зміни, а також у доборі необхідних проектних заходів, що забезпечують формування стратегій. Це потребує підготовленої методичної бази, кваліфікованих кадрів, належного технічного забезпечення.

**Етап 7. Формування варіантів стратегій (стратегічних альтернатив).** Особливість цього етапу полягає в розробленні можливих для організації варіантів стратегічних планів, тобто базових стратегій або окремих складових одного стратегічного плану.

**Етап 8. Вибір оптимальної стратегії.** Є найважливішим етапом стратегічного планування. Полягає у виборі оптимальної стратегії діяльності організації на основі оцінювання таких факторів: очікувана ефективність, рівень ризику, ринкова ситуація, вплив минулих стратегій, вплив власників, залежність від фактора часу, вплив внутрішнього і зовнішнього середовища тощо.

**Етап 9. Оцінювання стратегії.** Полягає у з'ясуванні її відповідності місії та цілям організації, а також у правильності добору методів аналізу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища. Це забезпечує, з одного боку, очікувану цілеспрямованість стратегії, з іншого – достовірність аналізу вихідної інформації.

Стратегічний вибір включає вироблення серії стратегічних альтернатив, виходячи з цілей компанії, її переваг і недоліків, а також зовнішніх можливостей і загроз. Кожна стратегічна альтернатива може представляти можливі напрямки дій. На цьому етапі фігурує наступне основне питання: які напрями стратегічного розвитку здаються найбільш прийнятними? При розробці стратегій важливо врахувати найбільшу можливу кількість варіантів, так як існує тенденція враховувати тільки найбільш очевидні варіанти і вже на ранніх етапах висування альтернатив відкидати все очевидно неприйнятне. Однак така "очевидність" завжди суб'єктивна. Очевидні варіанти не обов'язково повинні бути кращими. І ця обставина може позбавити розробників ряду варіантів, які при більш детальному опрацюванні на етапі оцінки варіантів виявили свої переваги.

У процесі стратегічного аналізу мають бути оцінені різні варіанти стратегії корпорації. Для того, щоб вибрати той чи інший варіант, планувальники повинні порівняти їх між собою, враховуючи при такому

порівнянні, якою мірою кожен з них здатний забезпечити досягнення організаційних цілей. Оптимальний варіант стратегії має забезпечити найкраще співвідношення між сильними і слабкими сторонами організації, можливостями і загрозами зовнішнього середовища.

Інформаційний менеджмент (ІМ) - це спеціальна область менеджменту, що виділилася як самостійний напрям в кінці 1970-х рр. Сфера інформаційного менеджменту - сукупність всіх видів інформації, необхідної для управління на всіх етапах життєвого циклу підприємства. При цьому визначається не тільки цінність і ефективність використання власне інформації (даних і знань), але і інших ресурсів підприємства, в тій чи іншій мірі входять в контакт з інформацією: технологічних, кадрових, фінансових і т.д.

Інформаційний менеджмент здійснюється в межах конкретної організації, де інформація є самостійний фактор виробництва, який лежить в основі процесу прийняття управлінського рішення. Інформаційний менеджмент має відношення не просто до інформації, а до інформаційної діяльності організації. Іншими словами, ІМ - це управління діяльністю зі створення і використання інформації в інтересах організації.

Основним інструментом інформаційного менеджменту є інформаційні технології як сукупність методів, прийомів і засобів, що реалізують інформаційний процес відповідно до заданих вимог. Інформаційні технології дозволяють створювати автоматизовані інформаційні системи суб'єктів, реалізовувати телекомунікаційні середовища, забезпечувати взаємодію цих систем і, отже, сприяють створенню єдиного інформаційного простору.

Завданнями інформаційного менеджменту є:

- 1) сформування технологічного середовища інформаційної системи;
- 2) розвиток інформаційної системи і забезпечення її обслуговування;
- 3) планування (оперативне і стратегічне);
- 4) формування організаційної структури в області інформатизації;
- 5) використання і експлуатація інформаційних систем (ІС);

- 6) формування інноваційної політики та здійснення інноваційних програм;
- 7) управління персоналом;
- 8) управління інвестиціями;
- 9) формування і забезпечення комплексної захищеності інформаційних ресурсів.

У широкому сенсі інформаційний менеджмент - це технологія, компонентами якої є документна інформація, персонал, технічні та програмні засоби забезпечення інформаційних процесів, а також нормативно встановлені процедури формування і використання інформаційних ресурсів.

Процес управління, здійснюваний менеджерами, має безупинний, циклічний характер і протікає в просторі і часі. За часом він може тривати від кількох хвилин до кількох місяців, а інколи й років. Просторові характеристики процесу управління можуть охоплювати від робочого місця підрозділу організації до галузі в цілому.

Тривалість циклу управління складається з часу на збір, передачу й опрацювання інформації; розробку і прийняття рішення; організації виконання рішення.

Діяльність менеджера за технологією проходження кожного циклу умовно можна поділити на три основні забезпечуючі цикли: 1) інформаційний цикл – пошук, збір, передача, опрацювання, збереження науково – технічної, економічної, облікової та іншої інформації; 2) логіко – розумовий цикл – розробка і прийняття управлінських рішень; 3) організаційний цикл – організаційний вплив на об'єкт управління для реалізації рішень.

Таким чином, інформаційний менеджмент можна представити як сукупність інформації (основний предмет праці і продукт), інформаційних технологій (інструмент перетворення інформації) та інформаційної системи (сфера діяльності менеджменту). Всі ці складові інформаційного менеджменту мають істотну специфіку, що в підсумку відрізняє інформаційний менеджмент від менеджменту в інших сферах.

## Список використаних джерел

1. Етапи стратегічного планування: види діяльності в системі освіти – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/2398440/page:31/> .
3. ІНФОРМАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: види діяльності в системі освіти – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://stud.com.ua/62395/menedzhment/informatsiyniy\\_menedzhment](https://stud.com.ua/62395/menedzhment/informatsiyniy_menedzhment)
4. Стадії управлінського циклу: види діяльності в системі освіти – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/5149505/page:9/>
5. Мушеник І.М. Закордонний досвід формування регіональних інноваційних систем (на прикладі Австрії)(Foreign experience of regional innovation systems development (an Austrian example)/ І.М.Мушеник // Наукові записки Національного університету «Острозька академія», серія «Економіка», 2017. – Випуск 5. – С 72-77.
6. Пилипчик А.Ю. Система освіти України як об'єкт інформатизації: види діяльності в системі освіти – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/>.

**Семак Людмила**

Здобувач вищої освіти 1 курсу ОС Магістр спеціальності «Менеджмент»

Науковий керівник: **Лаврук О.С.,**

к.е.н., доцент кафедри менеджменту,

публічного управління та адміністрування

Подільський державний аграрно-технічний університет,

м. Кам'янець-Подільський

## УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ

### ПЕРСОНАЛУ

За сучасних умов, які характерні глобальною економічною кризою та політичними трансформаціями, зростає кількість конфліктів у господарській діяльності, а це змушує керівників підприємств шукати нові методи