

## Інформаційні системи в управлінні та маркетинговій діяльності підприємств харчової промисловості

Шаповал О.Ф.

Коннова Л.О.

Національний університет харчових технологій

Традиційно інформаційна система уявляє собою організоване сполучення людських ресурсів, комп'ютерної техніки, програмного забезпечення, ресурсів даних, комп'ютерних мереж і засобів комунікацій, які використовуються на підприємстві з метою збору, модифікації (трансформації) та розповсюдження інформації. Серед великої кількості інформаційних систем (ІС) важливе місце належить інформаційним системам менеджменту та маркетингу.

Місія ІС полягає в наданні необхідної інформації фахівцям на всіх рівнях управління для прийняття ефективних управлінських рішень. ІС обробляють великі масиви інформації; підвищують ефективність ведення бізнесу, зменшують ризики, пов'язані з людським фактором та дозволяють підприємству вижити в умовах жорсткої конкуренції. Тому в усьому світі визнають, що з розвитком економіки та глобалізацією ринків, все більше підприємств потребують на впровадження в управлінську та маркетингову діяльність сучасних інформаційних систем і технологій.

Як свідчить практика використання інформаційних систем та технологій в управлінні та маркетинговій діяльності підприємств харчової промисловості є недостатньо розвинутою компонентою бізнесу.

Окремі підприємства харчової промисловості України мають проекти впровадження інтегрованих ІС. Такі системи комплексно підтримують автоматизацію функцій управління на всіх його рівнях та надають різноманітну інформацію спеціалістам для прийняття управлінських рішень. Інтегровані ІС є функціонально розвиненими, складними і дорогими системами. Інтегровані ERP-системи (планування ресурсів підприємства) впроваджені на окремих українських харчових компаніях та корпораціях, а саме: корпорації «Сармат», ЗАТ «Галоктон», Львівській кондитерській фірмі «Світоч», тютюновій компанії «Реємстма-Україна» та ін.

Вищеназвані українські компанії намагаються оптимізувати управління та маркетингову діяльність, облік та бізнес-процеси на основі використання таких видів програмного забезпечення: OracleE-BusinessSuite, OracleJDEdwardsEnterpriseOne, MicrosoftBusinessSolutions, SAPBusinessOneta SAPBusinessSuite.

Недостатня ефективність роботи служб маркетингу підприємств харчової промисловості обумовлена використанням комп'ютерних програм для поточного та стратегічного маркетингового планування. Інтерактивний маркетинг, електронна комерція та використання Інтернет-технологій для ведення бізнесу здійснюється на окремих підприємствах харчової промисловості лише там, де є комп'ютерні служби, які працюють в on-line режимі. На підприємствах в управлінні та маркетинговій діяльності практично не застосовуються системи підтримки прийняття управлінських рішень, експертні системи та системи підтримки діяльності вищого керівництва.

Обмежене застосування Інтернет-технологій та інноваційних ІС негативно впливає на якість управління та маркетингову діяльність підприємств харчової промисловості. Тому недоліки традиційних методів управління, про які наголошують американські вчені: М. Хаммер та Д. Чампі в своїй роботі «Реінжиніринг корпорації: Маніфест для революції в бізнесі», характерні і для підприємств харчової промисловості: слабка орієнтованість на кінцевий результат та клієнтів; неможливість швидкого реагування на динамічну зміну ринку; значні транзакційні витрати.

В той же час іноземні компанії широко застосовують Інтернет-технології, системи електронної комерції для успішного ведення бізнесу та активної маркетингової діяльності: для просування товарів на ринку, реклами, збільшення обсягів продажу продукції, проведення маркетингових досліджень.

Так, практика використання американськими менеджерами та маркетингологами в управлінні різноманітних систем підтримки прийняття управлінських рішень свідчить про їх реальну корисність у вирішенні проблемних ситуацій. Вище керівництво, топ-менеджери та маркетингологи американських компаній задовольняють свої потреби в стратегічній інформації по найважливішим показникам шляхом використання інформаційних систем для керівників: CommanderEIS, CommandCenter, ExecutiveEdge та ін.

Експертні системи допомагають маркетингологам компаній порадами у вирішенні проблемних ситуацій.