

WYKORZYSTANIE SYSTEMU WSPOMAGANIA INFORMACYJNEGO W DZIAŁALNOŚCI MARKETINGOWEJ PRZEDSIĘBIORSTWA

Savchenko Yuliia

PhD in Economics,

Senior Lecturer of Department of Marketing and Logistics,

Lviv Polytechnic National University

Coraz bardziej pożądanym jest dostęp do uwiarygodnionych, wartościowych i szybkich informacji przy podejmowaniu decyzji marketingowej w przedsiębiorstwie. Współczesne przedsiębiorstwo ma wiele obowiązków informacyjnych w odniesieniu do zewnętrznego i wewnętrznego środowiska działalności. Uzyskiwanie przewagi konkurencyjnej, sprawne i efektywne zarządzanie marketingiem przedsiębiorstwa wymaga zastosowania systemu wspomaganie informacyjnego. Wdrażanie systemu wspomaganie informacyjnego do marketingowej działalności praktycznej przedsiębiorstw jest związane z różnymi możliwościami finansowymi i innymi. O efektywności wykorzystania narzędzi informacyjnych w marketingu przedsiębiorstwa decydują tworzone systemy informacyjne i stosowane technologie informacyjne. Ważna rola informacji i wsparcia informacyjnego w zarządzaniu marketingiem przedsiębiorstwa decyduje o aktualności badanego problemu.

Natalia Michałek definiuje technologię informacyjną tak: «umiejętność efektywnego stosowania środków i narzędzi oraz źródeł informacji do analizy, przetwarzania i prezentowania informacji, do modelowania i pomiaru urządzeń oraz wydarzeń, a także do sterowania nimi» [3, s. 303]. Jacek Wysocki określa technologię informacyjną jak zespół środków informatycznych (media, komputery, sieci komputerowe), narzędzi (oprogramowania), technologii telekomunikacyjnych i metod posługiwania się nimi, dla przetwarzania i posługiwania się informacją. Technologia informacyjna ma szersze znaczenie od technologii informatycznej i obejmuje komputery, informację, informatykę oraz komunikację w ramach podmiotu [4, s. 352].

Na obecnym etapie rozwoju technologie informacyjne w przedsiębiorstwach istnieją jako część różnych systemów informacyjnych, kompleksów informacyjnych i są wykorzystywane w różnych segmentach działalności organizacyjnej i zarządczej, w szczególności: w zarządzaniu strategicznym technologie informacyjne są wykorzystywane do eksperckiej oceny przewag konkurencyjnych, a także mocnych i słabych stron przedsiębiorstwa; w zarządzaniu projektami – do prowadzenia obliczeń analitycznych i predykcyjnych, modelowania i prognozowania sytuacji, oceny alternatywnych wersji rozwiązań projektowych i wyboru spośród nich

optymalnego; w zakresie marketingu – w celu zbierania, klasyfikowania, analizowania i oceny istotnych informacji w celu planowania działań marketingowych, a także podejmowania i wdrażania skutecznych decyzji marketingowych; w logistyce – do planowania, sterowania, analizy i regulacji systemu logistycznego w celu zarządzania przepływami materiałów; w zarządzaniu personelem – do planowania, rozliczania, selekcji i certyfikacji personelu; w zarządzaniu finansami – do analizy finansowej, planowania i kontroli majątku przedsiębiorstwa [5, s. 129].

Systemy informacyjny dzielą się na: systemy transakcyjne które opracowują kontakty z otoczeniem; systemy informowania kierownictwa które są tworzone na bazie systemów ewidencyjno-sprawozdawczych; systemy wspomagania decyzji mogą być związane z konkretnym zamówieniem; systemy ekspertowe które są wyposażone w umiejętność rozwiązywania problemów [1, s. 70].

Ocena zastosowania narzędzi informacyjnych powinna być wieloaspektowa i powiązana z tym, jaki udział w efektach przedsiębiorstwa bierze i na jaki wyniki wpływa. W kontekście zastosowania narzędzi informacyjnych efekty podzielają się na ilościowy (można określić w jednostkach wartościowych (zł.) lub fizycznych (czas)) i jakościowy (możemy opisać ten efekt, a nie zmierzyć) [2, s. 447].

Użytkowanie narzędzi informacyjnych w przedsiębiorstwie niesie taką korzyść jak skrócenie czasu działań, bo mamy: zwiększenie szybkości przetwarzania informacji; wzrost szczegółowości informacji; poprawę jakości informacji; eliminację zbędnej pracy administracyjnej i błędów; wzrost komfortu pracy; poprawę koordynacji zadań; automatyzację wielu codziennych czynności.

Nowe technologie informacyjne i systemy informacyjno-analityczne, które zostaną wdrożone w przedsiębiorstwach, bezpośrednio zwiększą wydajność pracy, przede wszystkim w zakresie pracy umysłowej i zarządzania, a główny efekt zostanie osiągnięty w rozwoju ekonomicznym przedsiębiorstwa dzięki podejmowaniu lepszych decyzji zarządczych.

Systemy informacyjne tworzone w przedsiębiorstwach wykorzystujących najnowsze postępowe technologie informacyjno-komunikacyjne zapewniają radykalne zmiany w procesach zarządzania marketingiem, obsadzie kadr i charakterze pracy, znacznie poszerzają zakres ich możliwości w kształtowaniu optymalnych rozwiązań marketingowych.

Efektywne wykorzystanie systemów wspomagania informacyjnego działalności zarządczej przedsiębiorstwa przyczynia się do poprawy i rozwoju informatyzacji procesów biznesowych przedsiębiorstwa przy aktywnym wykorzystaniu zasobów intelektualnych, tworzenie wsparcia informacyjnego działalności poszczególnych jednostek strukturalnych, utworzenie i rozwój wyspecjalizowanej struktury wewnętrznej zajmującej się świadczeniem usług informacyjnych i telekomunikacyjnych w strategicznie ważnych pionach.

Wsparcie informacyjne systemu zarządzania marketingiem przedsiębiorstwa polega na dostarczaniu menedżerom informacji normatywno-prawnych, referencyjnych i analitycznych, metodycznych, prognostycznych i bieżących, a także kompleks narzędzi programowych niezbędnych do ich analizy przy formułowaniu decyzji zarządzających w marketingu.

Główną korzyścią z wdrożenia systemu wspomaganie informacyjnego działalności marketingowej przedsiębiorstwa jest skrócenie czasu pracy dzięki automatyzacji różnorodnych procesów, co zwiększa produktywność w przedsiębiorstwie. Pozwala to na wykorzystanie mniejszej ilości zasobów, poprawienie jakości i zwiększenie szybkości, z jaką przedsiębiorstwo może dostarczać usługi swoim klientom. Z czasem pozwoli to na obsługę większej liczby klientów. System wspomaganie informacyjnego działalności zarządczej przedsiębiorstwa pozwala na przechowywanie dużych ilości informacji, jednocześnie umożliwiając ich strukturalizację. Informacje przechowywane w ten sposób mogą być wyszukiwane natychmiast, gdy są potrzebne i mogą być analizowane nie tylko w celu zbadania przeszłych trendów, ale także w celu przewidywania przyszłości. A ponieważ wszystkie działy w przedsiębiorstwie są połączone za pośrednictwem tego systemu, to szybki dostęp do obiektywnych informacji o bieżącej sytuacji w przedsiębiorstwie pomoże w procesie podejmowania decyzji w marketingu.

Список використаних джерел:

1. Barbachowska B. (2019) Wykorzystanie narzędzi informatycznych w zarządzaniu małymi i średnimi przedsiębiorstwami. *Journal of Modern Science*, tom 1/40/2019, pp. 65–89. URL: <https://www.jomswsge.com/Wykorzystanie-narzedzi-informatycznych-w-zarzadzaniu-malymi-i-srednimi-przedsiębiorstwami,108948,0,1.html> (дата звернення: 16.04.2024).
2. Kisielnicki J. (2008) MIS systemy informatyczne zarządzania. Warszawa : wydawnictwo PLACET, s. 503.
3. Michałek N. (2011) Znaczenie technologii informacyjnej w zarządzaniu przedsiębiorstwem. *Ekonomiczne problemy usług*, no. 67, ss. 301–309 URL: https://bazhum.muzhp.pl/media/files/Ekonomiczne_Problemy_Uslug/Ekonomiczne_Problemy_Uslug-r2011-t-n67/Ekonomiczne_Problemy_Uslug-r2011-t-n67-s301-309/Ekonomiczne_Problemy_Uslug-r2011-t-n67-s301-309.pdf (дата звернення: 15.04.2024).
4. Wysocki, J. Wykorzystanie technologii informatycznych w przedsiębiorstwie. URL: https://cor.sgh.waw.pl/bitstream/handle/20.500.12182/905/Jacek_Wysocki_Wykorzystanie%20technologii_Lichniak_Nauka_o_przedsiębiorstwie.pdf?sequence=2&isAllowed=y (дата звернення: 12.04.2024).
5. Климчук О. Управлінські підходи до зростання рівня інформатизації підприємств. III Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні виклики сталого розвитку бізнесу», 3-4 листопада 2022 року м. Житомир. 2022. С. 129–130. URL: <https://r.donnu.edu.ua/handle/123456789/2499> (дата звернення: 13.04.2024).