

ВИБІР МЕТОДИКИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ПІДПРИЄМСТВА

Єрмоленко О.А.

Український державний університет залізничного транспорту (м.Харків) ,
кандидат економічних наук, доцент кафедри управління державними і
корпоративними фінансами,
ID ORCID: 0000-0003-0497-1042
yermolenko@kart.edu.ua

Лисьонкова Н.М.

Український державний університет залізничного транспорту (м.Харків) ,
кандидат економічних наук, доцент кафедри управління державними і
корпоративними фінансами,
ID ORCID: 0000-0002-9903-3843
lysonkova@kart.edu.ua

На підставі аналізу методик і підходів визначення економічної ефективності інформаційних систем можна зробити досить простий висновок. Абсолютно всі методи визначення економічної ефективності інформаційних систем мають певні переваги і недоліки, тому використання одного з методів може, як не дати результату зовсім, так і, давши якийсь результат, привести до помилкових управлінських рішень. Таким чином, очевидна необхідність використання комплексу методів.

Комплекс цих методів залежить від точки зору на систему, що розробляється, параметрів самої системи, вибору типового рішення і проектування унікальної системи, розміру бізнесу компанії, цілей і етапу впровадження тощо.

Перш за все, на підприємстві повинна бути розроблена якісна шкала показників, яка б визначала основні потреби користувачів у вирішенні конкретних завдань. Отже, система повинна чітко відповідати цілям і термінам

розробки, що пов'язано з тим, що потреби бізнесу мають властивість змінюватися з часом.

Все це можливо реалізувати через систему якісних показників, за допомогою яких можна відобразити досягнуті цілі. Але при цьому, основна проблема визначення ефекту пов'язана з виявлення зв'язку між власне ефектом і діяльністю інформаційної системи, і при цьому менеджери повинні чітко мати уяву про те, за рахунок чого отримано даний ефект. Складність також представляє і визначення вартісної оцінки ефекту, тому, чим прозоріше і зрозуміліше буде методика такого визначення, тим більше у підприємства шансів на успішне впровадження і функціонування системи. Інструментами якісного аналізу можуть виступати методика збалансованих показників (BSC) або методика функціонально-вартісного аналізу (ABC). При цьому слід зазначити, що метод функціонально-вартісного аналізу логічний і наочний, надає конкретні результати в доступній формі. Але можливості методики збалансованих показників є більш ширшим за обсягом нееконімічних ефектів, які важко піддаються вартісному аналізу.

Крім того, слід враховувати той факт, що оцінений ефект потрібно співвіднести з витратами на впровадження інформаційної системи, так як для будь-якого проекту витрати не повинні перевищувати той результат, заради якого вони виробляються.

При цьому оцінити витратну частину проекту можна різними методами. Найпоширенішим методом оцінки витрат є методика оцінки сукупно вартості володіння, так як дана методика дозволяє оцінити не тільки разові капітальні витрати при створенні інформаційної системи, але і витрати, що виникають за весь життєвий цикл інформаційної системи.

Якщо результат, отриманий від реалізації проекту, і витрати на нього вдалося оцінити у вартісному вираженні і в порівнянному вигляді, то проект по впровадженню інформаційної системи можна розглядати як повноцінний інвестиційний проект. А оцінку зіставлення результатів і витрат в такому випадку краще робити по одному з класичних інвестиційних методів, таких як

норма прибутку на вкладений капітал (ROI).

Така оцінка дозволить залучити потенційного інвестора, підвищить рівень довіри до проекту з боку керівництва і допоможе налагодити взаєморозуміння між фінансовими менеджерами та IT-фахівцями.

При прийнятті рішення про впровадження інформаційної системи і вибір одного з варіантів системи повинен обов'язково враховуватися аналіз можливих ризиків. Крім ризиків невиконання термінів, перевищення бюджету і невідповідності системи вимогам, доцільно розглядати також і ризик невпровадження системи, що є ризиком втрати конкурентоспроможності та престижу компанії, а також ризик упущеної вигоди від більш раціонального управління і підвищення продуктивності праці.

Безумовно, підприємство повинно встановити прийнятний рівень ризику, тому що витрати на впровадження інформаційної системи великі. Це пов'язано з тим, що можливо, підприємство на даному етапі свого розвитку не може дозволити собі такі витрати при такому рівні ризику, і від впровадження повноцінної корпоративної інформаційної системи варто відмовитися, обмежившись так званим «коробочним» рішенням, одним модулем, поступово доповнюючи його іншими.

Контроль розробки, бюджету і термінів впровадження повинен бути досить жорстким, тому після прийняття рішення про запуск проекту необхідні методики жорсткого контролю всіх умов, на цьому етапі можливо використання методик проектного управління.

Як висновок можна зазначити, що ймовірність виникнення ефекту від застосування інформаційних систем різко підвищується, якщо у менеджменту підприємства вже є зацікавленість у використанні інформаційних технологій і неважливо, для вирішення будь-яких конкретних завдань, наприклад, оптимізації роботи складу, або загальних завдань підвищення ефективності бізнесу, головне, що існує це розуміння. Ідеальним є варіант, коли проекти зі створення та розвитку IT вбудовані в комплекс стратегічних заходів компанії, спрямовані, поряд з іншим заходами (наприклад, заходами по зміні

технологічного обладнання, впровадження системи менеджменту якості, підвищення маркетингової активності тощо), на досягнення стратегічних цілей компанії. Але при цьому слід розуміти, що інформаційна система не дає ефекту сама по собі, все залежить від правильності її використання. У зв'язку з цим останнім часом змінюється роль ІТ-служби підприємства від чисто обслуговуючого підрозділу до реального та ефективного інструменту управління бізнесом. Перехід до сервіс-орієнтованих принципів організації інформаційного обслуговування в рамках моделі ITSM дозволяє більш точно оцінити не лише витрати на створення і експлуатацію інформаційної системи, а й економічні результати використання ресурсів таких систем.

МОДЕЛЮВАННЯ ІМІДЖУ ТУРИСТИЧНОЇ КОМПАНІЇ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ

Єр'оміна М.О.

Український державний університет залізничного транспорту, к.е.н.,
доцент кафедри фінансів, доцент

Дергоусова А.О.

Український державний університет залізничного транспорту, к.е.н.,
доцент кафедри маркетингу, доцент

В умовах фінансової кризи особливої уваги набуває проблема забезпечення інформаційної взаємодії фірми із зовнішнім середовищем, що реалізується за рахунок PR-інструментів. Одним з яких є формування іміджу компанії.

Основним завданням формування іміджу підприємства в умовах надмірного інформаційного впливу на споживачів є пошук нових підходів і процедур до побудови інформаційних повідомлень, їх передачі з метою формування позитивного іміджу організації. При таких умовах імідж є як об'єктом вкладення коштів, так і товаром, який збільшує вартість підприємства,