

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТОКІВ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ НА УКРАЇНСЬКОМУ ТА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ РИНКУ

Інноваційний менеджмент є універсальним засобом організації проведення всебічних маркетингових досліджень та реалізації на основі результатів досліджень сучасних стратегій формування та розвитку вітчизняних ринків. Сучасні економічні перетворення вимагають залучення інноваційних методів забезпечення маркетингу актуальною інформацією, тобто оптимізації інформаційних потоків [1].

База стратегічних даних повинна забезпечувати: прямий доступ користувачів до інформації та можливість її багаторазового використання; максимальний обсяг потрібної інформації для користувачів на усіх рівнях управління; оперативний пошук і видачу інформації за запитом; захист інформації від спотворень; захист від несанкціонованого доступу сторонніх осіб до інформації [2].

Сучасні економічні системи вирізняються високою конкуренцією, сутність якої полягає, на відміну від існуючих раніше форм конкурентної боротьби, у використанні спеціалізованих знань у різнобічних та суміжних сферах людських відносин. При цьому сукупність знань, необхідних для сучасного технологічного розвитку людства, постійно зростає й стає об'єктом конкурентної боротьби.

Маркетинговий аналіз передбачає дослідження зовнішнього середовища підприємства та ринку, на якому воно діє, з метою виявлення потенційних можливостей для роботи, а також отримання конкурентних переваг. Не менш важливим буде і визначення слабких сторін підприємства для подальшого планування методів їх усунення та зміцнення позицій у галузі спеціалізації. Результатом проведення маркетингових досліджень є отримання і накопичення необхідної для маркетингового аналізу інформації.

Самі маркетингові дослідження перетворюються на процес зібрання, обробки, накопичення та зберігання знань з метою їхнього ефективного використання як у сфері виробництва продуктів, так і у сфері надання послуг. Уся система управління маркетинговими дослідженнями орієнтується на пошук та акумулювання сучасних знань, що є не лише засобом розвитку сучасного високотехнологічного виробництва, а перетворюються на мету самого виробництва. Продукування знань як цілі науково-технічної, дослідницької та експериментальної роботи стає більш прибутковим, аніж виробництво товарів на основі їх отримання.

Стратегічним захистом ділової інформації повинні стати документування і програмне забезпечення бізнес-процесів. Для збереження інформації на

тактичному рівні необхідно створити систему захисту комерційної таємниці і конфіденційної інформації [3].

Стратегічні маркетингові дослідження повинні буди націлені на отримання інформації стосовно розвитку сучасного технологічного базису та потреби у інноваційних продуктах, які стають унікальним товаром на світових ринках [4].

Завдання, які вирішують при формуванні системи підготовки інформації для прийняття маркетингових рішень, реалізуються на базі системи управлінського обліку, яка не лише забезпечує користувачів інформацією, а й інтегрує технології обліку із технологіями управління компанією в цілому та за окремими підрозділами. Організація системи управлінського обліку залежить від специфіки діяльності кожного підприємства, тому керівники підприємств повинні розробляти власні гнучкі системи інформаційного забезпечення ефективного управління [5].

З цією метою необхідно проводити стратегічні маркетингові дослідження як самих ринків, так і винайти стратегічні пріоритети розвитку українських підприємств, забезпечити створення конкурентних переваг товаровиробників, націлювати їх на опанування сучасних методів просування товарів на ринки високотехнологічних товарів та послуг.

Економіка вимагає збалансованої управлінської діяльності і розумне використання міжнародних маркетингових функцій, системи пріоритетів управління для здійснення міжнародного маркетингу, що гарантує триєдине завдання – забезпечення ринкових переваг продукту, компанії, країни і використання конкурентного потенціалу у комплексному економічному просторі [6].

Отже, сучасне уявлення про систему інформаційних потоків для забезпечення менеджменту сформовано на засадах найкращої світової практики та прогресивних шляхів застосування інформаційно-комунікаційних технологій. Актуалізація інформаційної системи забезпечує пошук і використання нових механізмів для просування компанії на світові ринки, реалізації інвестиційного потенціалу та формування ефективного інноваційного середовища.

Список використаних джерел

1. Гриценко А.А. Логіко-історичні засади кардинальних економічних зміні переходу до реконструктивного розвитку. *Економіка України*. 2017. №5-6. С. 39-57
2. Живко З.Б., Данилович-Кропивницька М.Л. Інформаційна основа прийняття стратегічних управлінських рішень. *Актуальні проблеми економіки*. 2008. №10. С. 69-80
3. Назаренко В. Укріплюємо безпеку бізнесу: комерційна таємниця і конфіденційна інформація. *Баланс*. 2011. №12. С. 41-44
4. Паламарчук О.М., Паламарчук Г.М. Сіткова організація підприємництва як чинник інноваційного розвитку економіки. *Проблеми науки*. 2017. №9. С.2-7.
5. Нападовська Л. Управлінський облік: значення та застосування у практичній діяльності вітчизняних підприємств в умовах ринкових відносин. *Бухгалтерський облік і аудит*. – 2009. – №8–9. – С. 78–93.
6. Куриляк В.Є. Міжнародний менеджмент. – Тернопіль.: КартБланш, 2004. – С.32-37