

**О.М. Полінкевич**, д-р екон. наук, проф. (*СНУ ім. Лесі Українки, Луцьк*)

**О.П. Лещинська**, студент (*СНУ ім. Лесі Українки, Луцьк*)

## **ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах інформаційної економіки інформаційні технології (ІТ) є важливим ресурсом та одним із ключових факторів успіху для підприємств. Окрім цього ІТ є фактором витрат, через що потребують інвестицій. Відповідно до цього виникає необхідність стратегічного планування. Слабкими місцями в стратегічному інформаційному плануванні (СІП) є відсутність розробленої методології проведення, низький рівень довіри до процесу планування. Все це може спричинити до помилок у виборі стратегії розвитку підприємства.

В світовій практиці є розроблена концепція М. Дж. Ерлом, яка містить п'ять підходів до СІП [1]:

1. «Породжений бізнесом»;
2. «Методичний»;
3. «Адміністративний»;
4. «Технологічний»;
5. «Організаційний».

Серед найперших та загальновідомих методик можна назвати Планування Бізнес Систем компанії ІВМ або Стратегічне Планування Інформації Джеймса Мартіна. Однак, емпіричний досвід показав, що ці методики часто не відповідають вимогам та реаліям практики та життя і не виправдовували очікувань топ-менеджменту.

У підході Р. А. Тойбнера та М. Моккера щодо структуризації інформаційної інфраструктури (ІІС) компанії, СІП доповнено плануванням інформаційних ресурсів та задачами використання та підтримки ІІС. Тобто, цей комплекс завдань «організується в інформаційну функцію (ІФ)» [1; 2].

А. Михайлов виділяє такі підходи до СІП як [1]:

- 1) відсутність як бізнес-, так і інформаційної стратегії;
- 2) планування технічних та/або програмних засобів;
- 3) «авангардистський». Цей підхід полягає в періодичних спробах впровадження останніх досягнень в сфері обробки інформації і комунікацій: e-business, mobile commerce тощо;
- 4) ключові фактори успіху (КФУ). Передбачається, що ІТ повинні підтримувати ключові фактори успіху організації;
- 5) інформаційна стратегія визначається стратегією бізнесу. В

рамках даного підходу ІТ-стратегія повинна плавно впливати зі стратегії підприємства, його місії, бачення, цілей і завдань;

6) «вирівнювання» ІТ-стратегії й стратегії бізнесу. Передбачається, що ІТ-стратегія не тільки підтримує стратегію підприємства, але й впливає на неї;

7) галузеві підходи, які полягають в досить специфічному розумінні ІТ-стратегії для державних установ і інформаційних фірм.

Зазначимо, що інформаційний стратегічний простір підприємства повинен формуватися у 10 етапів:

1) визначення пріоритетів діяльності підприємства, які мають відповідати місії підприємства;

2) добір інструментів та методів розробки стратегії розвитку підприємства;

3) визначення доступності інформаційних технологій для підприємства;

4) обґрунтування доцільності розробки нових стратегій розвитку;

5) доцільність залучення нових інформаційних технологій задля реалізації пріоритетів;

6) визначення обсягу фінансування та джерел їхнього залучення;

7) формування інформаційного стратегічного простору підприємства;

8) використання інформаційного стратегічного простору підприємства;

9) визначення ефективності формування та використання інформаційного стратегічного простору підприємства.

Варто зазначити, що витрати на розробку й реалізацію інформаційної стратегії є нижчими проти вартості технічних і програмних засобів. У випадку їхньої відсутності або її неякісної розробки можуть виникнути проблеми через відсутність стратегії. Тому, інформаційна стратегія, яка є розробленою та оформленою за всіма правилами, проте не має формалізованої бізнес-стратегії, не призведе до запланованих результатів.

#### **Список використаних джерел**

1. Інформаційні технології на підприємстві. URL: <https://privatbank.dp.ua/publications/214-informatsijni-tehnologiji-na-pidpriemstvi> (дата звернення 18.03.2019).

2. Стратегії та технології інноваційного розвитку корпорацій : монографія / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. О. М. Полінкевич. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 416 с.