

яка виконує стандартні функції накопичення, обробки даних і видачі результатів. Білінгові системи з успіхом можуть застосовуватися в різноманітних галузях. Тому сфера застосування білінгових систем визначає механізми отримання і попередньої обробки даних, тарифікації обробки викликів [5].

### Література

1. Плескач В.Л. Інформаційні системи та технології / В.Л. Плескач, Ю.В. Рогушина, Н.П. Кустова. – К.: КНТЕУ. – 2004. – 519 с.
2. Чугунов І.Я. Інформатизація суспільства в системі регулювання економіки / І.Я. Чугунов, В.Л. Плескач // Наукові праці НДФІ. Вип. 2 (31). – 2005. – С. 3–15.
3. Базові компоненти інтелектуальних систем введення, обробки, класифікації та розпізнавання зображень у реальному часі / [Грицик В.В., Опотяк Ю.В., Цмоць І.Г. та ін] // Інформаційні технології і системи. – Т. 8. – № 1. – Львів: НВЕС УАД, 2005. – С. 104–113.
4. Дич Л.З. Билинговые системы в телекоммуникациях / Л.З. Дич. – М.: Радио и связь. – 2003. – 229 с.
5. Ченцова И.И. Интеграция биллинга с информационными системами предприятия / И.И. Ченцова // Мобильные системы. – 2002. – № 5. – С. 67–69.

## ФОРМУВАЩА ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ (ERP-SYSTEM) НА КОНСАЛТИНГОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ (НА ПРИКЛАДІ ФГ «КОСМОС»)

**А.В. Кишинський, здобувач**

*ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

*Розглядається управлінський механізм використання інформаційних технологій у практиці консалтингових підприємств України (на прикладі фінансової групи «Космос»)*

Консалтинг в Україні інтенсивно почав розвиватися у зв'язку зі становленням ринкових відносин та початком процесів приватизації, оскільки зменшення ролі державного управління призвело до необхідності прийняття бізнес-рішень власниками та менеджерами приватного бізнесу.

Ринок консалтингових послуг в Україні знаходиться на стадії зростання. За оцінками, обсяг ринку може зрости до 20-40 млрд. грн (з 1 млрд грн в 2005 році). Навіть за умови нестабільної ринкової економіки і несформованої законодавчо-правової бази цей сегмент ринку є перспективним і швидко зростаючим.

В Україні представлено більше 1000 вітчизняних консалтингових компаній та 10000 консультантів. За даними «Групи Стратегічного Консалтингу», обираючи консультанта, клієнт в першу чергу звертає увагу на професійний рівень співробітників компанії, тобто намагається отримати якісний продукт за високу ціну; в подальшому він аналізує вартість послуг, репутацію, яку має компанія на ринку, звертає увагу на якість інформації, досвід роботи, гарантію результатів, конфіденційність та інші критерії оцінки роботи компанії.

Значним є сегмент ІТ-консалтингу. Великі компанії в-основному використовують ERP-системи провідних світових виробників, таких як SAP і Oracle; використання автоматизованих систем управління середнім бізнесом не набуло достатнього розповсюдження. Говорячи про українські софтверні компанії, можна відмітити, що вони розробляють програмне забезпечення на замовлення іноземних клієнтів.

ФГ «Космос» була створена у квітні 2005 року шляхом виділення та об'єднання існуючих компаній з досвідом роботи в сфері послуг. ФГ «Космос» займається розробкою консалтингових рішень та їх реалізацією через надання послуг клієнтам з аудиту, стратегічного, управлінського, операційного та ІТ-консультування, залучення інвестицій, зовнішньоекономічної діяльності, страхування, кадрового консалтингу, юридичного обслуговування та ін. ФГ «Космос» пропонує

клієнтам комплексні консалтингові рішення та втілює їх в життя з гарантією забезпечення результату.

Об'єднанню окремих підприємств під брендом фінансової групи «Космос» сприяв ряд об'єктивних факторів і передував певний обсяг проведеної роботи, у т.ч. і проектування моделі побудови управлінського обліку групи. На початковому етапі питання про покупку універсальної ERP-системи не стояло, тому було ухвалено рішення реалізувати власний варіант інформаційної системи у вигляді єдиної бази даних (реляційна СУБД MySQL) за принципом «клієнт-сервер». Передбачалося, що система повинна відповідати наступним критеріям: бути інтуїтивно зрозумілою рядовому виконавцеві; не займати багато часу на внесення даних; надавати можливість формування звітів будь-якої структури; обмежувати доступ до даних за повноваженнями; максимально запобігати внесенню помилкової інформації; забезпечувати можливість доступу незалежно від фізичного й часового континуума; інформація повинна бути захищена.

Це вдалося й було створено ERP Management information system (MIS). Система має шість модулів: базову систему-конструктор, договірний, фінансовий, регламентний, звітний та модуль резервування баз даних. Побудова форми робочого вікна, а, отже, й доступ до певних даних забезпечується за логіном й паролем операціоніста, при цьому система сама стежить, щоб і логін, і пароль відповідали вимогам захисту інформації (тобто встановити короткий і простий логін типу «iga» або пароль «111» система не дозволить). Користувачі у відповідності до повноважень мають певний рівень доступу до цієї системи через Інтернет. Тепер будь-якому операціоністу для внесення даних досить мати доступ до глобальної мережі Інтернет.

Підприємство, «приходячи» на обслуговування в банк, відкриває собі (або йому відкриваються банком) розрахункові й інші рахунки? залежно від видів діяльності – це, як правило, основний розрахунковий рахунок, а далі повне різноманіття (депозитний, кредитний для обліку основних сум, процентний для обліку нарахувань по основних сумах, картковий, валютний, для цінних паперів тощо). Але облік внутрішньої господарської діяльності підприємство веде самостійно, наприклад, у системі 1С: Бухгалтерія. Об'єднавши принцип обслуговування в банку й деталізованого внутрішнього господарського обліку, одержуємо основний принцип функціонування інформаційної системи MIS.

Потрібно відзначити, що для полегшення й прискорення поточної операційної роботи передбачений ряд технічних рішень, які дозволяють в автоматичному режимі переносити дані, наприклад з 1С:Бухгалтерії або «клієнт-банку» в інформаційну систему MIS і назад, тим самим мінімізується необхідність дублювання інформації операціоністами. Крім внесення фінансової інформації, в інформаційній системі MIS передбачені й продовжують доопрацьовуватися необхідні форми для нефінансових показників. Всі ці дані в певному структурованому виді зберігаються в єдиній базі даних, причому деталізація відбувається на рівні сегментів. Під сегментами ми розуміємо будь-який структурний підрозділ, будь то компанія-учасник або відділ у її складі. Виділення підрозділів у сегменти відбувається на рівні управлінської структури фінансової групи й/або відповідно до розв'язуваних завдань. Як правило, кількість сегментів відповідає кількості бюджетів, починаючи з рівня компанії учасника й департаменту керуючої компанії.

Таким чином, будь-яка операція, будь-яка дія, виконана в інформаційній системі MIS, однозначно відноситься до певного сегмента (більше того, в окремому протоколі видно – хто, коли й у який час виконав цю дію). При цьому автоматично відмічаються та відстежуються «внутрішні» операції. Це дає можливість достовірно обліковувати реальний рух коштів. Всі операції проводяться в режимі реального часу, тому є можливість отримати інформацію про фінансовий стан фінансової групи на поточний момент. Це особливо важливо для прийняття повсякденних управлінських рішень (наприклад, виконання бюджету).

Крім того, різні види лімітів і обмежень, які встановлюються на рахунках обліку в інформаційній системі MIS, виконують функцію активного контролю діяльності підрозділів і компаній-учасників. Це потужний і ефективний сучасний інструмент управління, що був високо оцінений ще на етапі тестового впровадження.

На сьогодні впровадження системи триває, значні труднощі викликає адаптація процедур і операцій під специфіку діяльності компаній-учасників з наступною стандартизацією в рамках загального управлінського обліку. Тобто це кропітка, повсякденна робота із участю фахівців компаній-учасників, у яких ведеться впровадження, інженерів-розробників інформаційної системи й фахівців департаменту фінансового аналізу й планування, під керівництвом фінансового директора ФГ «Космос». Саме такий формат роботи можна вважати максимально ефективним: через розуміння індивідуальних особливостей окремої компанії-учасника й можливості їх реалізації в інформаційній системі до загальних принципів управлінського обліку групи.

## **СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ**

**Л.Л. Климко, аспірант**

*ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

*Розглянуто особливості стратегічного розвитку страхових компаній під впливом інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) в умовах циклічних коливань розвитку економіки*

В результаті стрімкого розвитку інформаційних і комунікаційних технологій на макро- та мікрорівні виникає потреба у розробці принципово нових методичних підходів і прикладних аспектів щодо дослідження процесів застосування інформаційних технологій в страховому бізнесі.

На сьогоднішній день гострою проблемою для будь-якої страхової організації в умовах циклічних коливань розвитку економіки є проблема виживання та забезпечення неперервності розвитку. Виходом з такої ситуації є розробка гнучкої стратегії, в основу якої покладено вміння пристосовуватися до сучасних ринкових умов під впливом структурних змін економіки та розвитку ІКТ.

Нестабільність економіки та «форсовані» структурні зміни вимагають від страхових компаній швидкого реагування. Стратегічний розвиток страхових компаній прямо пропорційно залежить від застосування нових технологій страхового бізнесу, здатності «безболісно» адаптуватися до змін навколишнього середовища, генерувати нові знання, розробляти і впроваджувати інновації.

Поява і широке розповсюдження Інтернету значним чином змінює загальноприйнятну модель управління страховою компанією на ринку послуг. Радикально змінилась і поведінка споживача з огляду на автоматизацію надання певного спектру послуг.

Детальний огляд розвитку світової страхової індустрії дозволяє виявити основні тенденції змін, як у характері бізнесу, так і технологій, застосовуваних для утримання лідируючих позицій на ринку страхових послуг, з метою застосування вітчизняними страховиками.

Пріоритетність якісного обслуговування й утримання клієнта загальноновизнана у світовій страховій індустрії. За прогнозами, у найближчі 10 років страховики розроблять і впровадять стратегію універсальних каналів продажів, де клієнт обиратиме між агентом, банком, Інтернетом, бездротовим з'єднання для купівлі страхової послуги. Увага страховиків буде зосереджена на розвитку аналізу та управління всіма аспектами взаємин із клієнтами, що дозволить використовувати можливості перехресних продажів, а також виявлення витоків інформації й інших втрат у процесі обслуговування клієнтів. Постійний аналіз ефективності дозволить контролювати організацію роботи всіх каналів продажів, а можливість технічної взаємодії між каналами стає найбільш важливим фактором, що дозволить поставити клієнта, а не канал у центр, CRM (від англ. *Client Relationship Management* – управління взаємовідносинами з клієнтами) стратегії страховика.

Отже, розробка гнучкої стратегії розвитку страхових компаній під впливом інформаційно-комунікаційних технологій дає змогу залишатися конкурентоспроможними в умовах структурних змін економіки. Стратегічне бачення нами розвитку інформаційних технологій у страхуванні проілюструємо на рис. 1.