

## ІДЕАЛЬНИЙ ТИП ІТ-МЕНЕДЖЕРА

За останні десятиліття інформаційні технології (ІТ) мали великий вплив на бізнес-процеси. Поява персональних комп'ютерів, локальних мереж, технології клієнт-сервер та Інтернету дозволили організаціям швидше виводити на ринок свої продукти і послуги. Дані розробки сповістили про перехід від промислового століття до століття інформації. В інформаційному столітті все відбувається набагато динамічніше. В рамках традиційних ієрархічних організацій часто буває важко реагувати на умови швидкоплинних ринків і це призвело до появи більш гнучких компаній з меншим ступенем ієрархічності. У самих організаціях основний акцент змістився від вертикальних функцій або відділів до горизонтальних процесам, які працюють в рамках всієї організації, а право прийняття рішення все більше переходить на більш низькі рівні. На такому тлі розвивалися процеси управління ІТ-послугами, де основна роль відводиться ІТ-менеджеру.

ІТ-сервіс-менеджер – нова професія за мірками такої молоді галузі, як управління інформаційними технологіями. Сервіс-менеджери в сучасних ІТ-службах – це співробітники, що відповідають за якість послуг, що надаються користувачам (співробітникам компанії, а іноді – її клієнтам і партнерам) на базі інформаційних технологій. Значний внесок у вивченні проблеми ІТ-сервіс-менеджера зробив Трушкин С. Ю. – тренер-консультант по питаннях ІТ-стратегії і управління ІТ-службами.

Метою роботи є аналіз ІТ-менеджера як керівника управлінської діяльності та визначення його ідеальних характеристик.

Інститут сервіс-менеджерів в ІТ покликаний забезпечити ефективне управління якістю ІТ-послуг «end-to-end» на всіх етапах формування цінності для замовників – від зберігання і передачі даних до підтримки користувачів. Сервіс-менеджер розуміє, що має першочергове значення для замовників і забезпечує ефективну взаємодію різних груп ІТ-спеціалістів для формування максимальної віддачі для бізнесу від використовуваних інформаційних технологій.

У сучасних компаніях сервіс-менеджер – необхідний учасник взаємодії ІТ та бізнесу. Проаналізуємо основні характеристики менеджера за окремими напрямками.

**Освіта.** ІТ-сервіс-менеджер – молода професія, і цілеспрямовано в наших вузах таких фахівців поки не готують. В основному ж сервіс-менеджерами стають ІТ-спеціалісти, які отримали відповідну технічну освіту. Найбільше передумов для розвитку в напрямку ITSM у тих з них, хто зайнятий в управлінні прикладним програмним забезпеченням. Таким фахівцям, як і сервіс-менеджерам, доводиться мати справу з вимогами та очікуваннями споживачів, враховувати можливості і обмеження інфраструктури ІТ і взаємодіяти із суміжними групами всередині ІТ-служби.

**Професійні сертифікати та атестації.** В області управління ІТ-послугами існує кілька схем сертифікації фахівців, що діють у всьому світі. Найбільш відомі засновані на міжнародному стандарті ISO / ІЕС 20000 і бібліотеці передового досвіду ІТ Infrastructure Library (ITIL®). В Україні діє кілька акредитованих навчальних центрів, які готують фахівців до такої сертифікації.

**Суміжні професії.** Більшість сервіс-менеджерів, як і взагалі більшість управлінців, які працюють в сфері ІТ, починають кар'єру в якості фахівців з інформаційних технологій. В окремих випадках сервіс-менеджерами стають технологи, бізнес-аналітики і інші співробітники, що поєднують знання інформаційних технологій з розумінням суті автоматизованих бізнес-процесів і пріоритетів бізнесу.

**Функціональні обов'язки.** *Типові:* виконання вимог замовників до нових або тих, які потребують зміни ІТ-послугб організація перевірки реалізованості вимог, узгодження проектів послуг з замовниками та ІТ-службою (розробниками, службою експлуатації тощо); контроль якості послуг, що надаються споживачам: оцінка ІТ-метрик, обробка скарг і пропозицій споживачів, контроль виконання обслуговування і усунення інцидентів; участь в узгодженні ІТ-

змін, які зачіпають ІТ-послуги, за які сервіс-менеджер відповідає; взаємодія з менеджерами ІТ-команд, процесів і проектів з питань, що стосуються якості ІТ-послуг; управління сервісною документацією.

*У комерційних ІТ-компаніях:* можливе виконання обов'язків account-менеджера, менеджера по роботі з клієнтами.

*У невеликих ІТ-службах:* можлива координація крос-організаційної взаємодії в ІТ-відділі; можливе управління взаємодією з зовнішніми і внутрішніми партнерами ІТ-служби.

**Навички / особисті якості.** У кожному разі головна риса ІТ-сервіс-менеджера – розуміння інтересів бізнесу, можливостей і обмежень ІТ-служби, а також уміння зіставити й поєднати одне з іншим.

Також необхідні навички ефективної комунікації, орієнтованість на інтереси клієнта, організаційні здібності, аналітичні та творчі здібності. У комерційних ІТ-компаніях, де споживачами ІТ-послуг виявляються клієнти компанії, сервіс-менеджеру в нагоді також і комерційна жилка, уміння залучити й утримати клієнта.

**Коротка характеристика «ідеального кандидата»** на посаду керівника в ІТ-компаніях:

- здатність до аналізу, систематизації;
- організаторські здібності;
- навички ефективної комунікації;
- високий загальний інтелект;
- стресостійкість;
- здатність до самоосвіти і взагалі до навчання;
- знання сучасних інформаційних технологій;
- знання основ процесного і проектного управління;
- знання основ ITSM;
- знання бізнес-процесів замовника.

Як для будь-якого фахівця, що працює в сфері ІТ, знання англійської мови – обов'язкова вимога. Вся професійна література написана англійською, лише мізерно мала частина її переведена на російську та українську. Зокрема, на англійській здаються всі професійні іспити.

Більше ціниться професійна сертифікація на рівні вище базової – як в галузі управління послугами, так і в основних технологічних напрямках.

**Плюси і мінуси в професії.**

*Кар'єра - плюси:* потреби в зрілих сучасних компаніях; дефіцит кандидатів; хороші перспективи професії в світі; можливість розвитку кар'єри по управлінській драбині.

*Кар'єра - мінуси:* низька середня зрілість українських компаній, сприйняття професії як необов'язковою; відсутність сервісної культури в ІТ-службах з довгою історією, подвійність позиціонування в ІТ-команді, ризики скорочення як не найнеобхіднішої функції в періоди економічного спаду.

**Проблемні точки професії.** ІТ-сервіс-менеджери, як і взагалі ІТ-сервіс-менеджмент, дуже часто залишаються для багатьох компаній даниною моді, необов'язковою і незрозумілою прикрасою. У таких випадках у них немає реальних повноважень і можливості ефективно виконувати свої обов'язки.

Роботу сервіс-менеджера важко суміщати з підтриманням глибокої технічної компетенції, можливості розвитку кар'єри в напрямку інфраструктури інформаційних технологій обмежені.

**Оплата праці.** Робота сервіс-менеджерів оплачується, як робота кваліфікованих ІТ-фахівців, рідше – як робота ІТ-керівників рівня начальника відділу.

Відмінності між «дорогими» і «дешевими» сервіс-менеджерами визначаються двома факторами.

Перший фактор – значимість професії для компанії. Компанії, в яких сервісний підхід до управління ІТ формальний або ще не розвинений, на сервіс-менеджерах економлять. У зрілих компаніях важливість ролі сервіс-менеджера і відповідно рівень оплати праці підвищуються.

Другий фактор – кваліфікація. Якщо фахівців з базовою сертифікацією з управління ІТ-послугами в Україну тисячі, то володарів сертифікатів вищого рівня трохи більше 200. Отже, фахівці вищої кваліфікації претендують на заробітну плату вищу. Однак у цих випадках мова,

як правило, уже йде про посаду керівника сервісного підрозділу великої ІТ-служби або керівника ІТ-служби.

**Перспективи.** Основні напрямки розвитку в компанії - управління процесами, система менеджменту якості, бізнес-аналітика, управління проектами. Всі перераховані напрями можуть бути реалізовані як в структурі управління ІТ-служби, так і в структурі управління компанії в цілому.

Основний напрямок розвитку на ринку праці, крім аналогічних посад в інших компаніях, - навчання і консалтинг в області управління ІТ-послугами. Подібні вакансії з'являються в спеціалізованих ITSM-компаніях і у великих інтеграторів, що розвивають власні ITSM-практики.

За допомогою одного тільки досвіду і дипломів про вищу технічну освіту, звичайно, можна стати потенційним кандидатом на посаду ІТ-менеджера, але роботодавцю потрібно щось більше. Акцент на певних характеристиках, що не мають відношення до техніки, може допомогти виділитися серед конкурентів.

Перерахуємо 10 характеристик, що виходять за рамки необхідних умінь:

1. Ініціативність.
2. Уміння адаптуватися до змін.
3. Клієнт завжди правий.
4. Уміння працювати в колективі.
5. Готовність до роботи і зацікавленість.
6. Бажання добитися успіху.
7. Уміння вирішувати проблеми.
8. Відмінні комунікативні навички.
9. Уміння доводити справи до кінця.
10. Низькі експлуатаційні витрати.

Отже, менеджер несе відповідальність за: успіх проекту (вибір, забезпечення, якість і терміни виконання), прийняття правильних рішень, зовнішні зв'язки (замовники, начальство, партнери), злагодженість роботи команди.

Менеджер повинен: забезпечити замовлення, надати засоби та умови, підтримувати високий рівень мотивації виконавців, вміти працювати одночасно з кількома завданнями, відстоювати свою точку зору.

Менеджер зобов'язаний: бути лідером, знайти вихід з будь-якого положення, забути, що може щось забути.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Идеальный IT-менеджер. <http://blog.uni2biz.org/ru/budushaya-karjera/it-tehnologii/196-idealnyj-it-menedzher.html>
2. 10 правил успеха для IT-менеджера! <http://www.it-stars.ua/articles/itm/>
3. Это гордое слово IT менеджера. <http://i-novice.net/eto-gordoe-slovo-it-menedzher>

*Гриб Т..*

*Науковий керівник – доц. Литвин Л.М.*

### **МАРКЕТИНГ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ**

Роль власного сайту в розвитку бізнесу важко переоцінити. Ефективно діючий ресурс позитивно впливає на рівень продажів компанії, зміцнює її позиції серед конкурентів. А тому роль інтернет-маркетингу надзвичайно велика: від того, наскільки правильно підібрані його методи, буде залежати успішність бізнесу.

Головна мета маркетолога, котрий працює в рамках пошукового інтернет-маркетингу, – залучити на сайт якомога більше відвідувачів. Досягнути цього можна за допомогою SEO та (від англ. «Search Engine Optimization» – оптимізація сайту в пошукових системах). Проте використання одного лише пошукового маркетингу не може дати максимального ефекту