

СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Гришко М.Г.

аспірант,

Київський національний торговельно-економічний університет

ЦІЛІ СИСТЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УПРАВЛІННІ ТОРГОВЕЛЬНИМИ МЕРЕЖАМИ

Торговельні підприємства зазнали вагомого впливу інформаційної епохи. Керівництво торговельних мереж зіштовхується з величезною кількістю інформації, яку неможливо продуктивно опрацювати. Тому необхідна система інформаційного забезпечення, яка повинна надавати саме ту інформацію, яка потрібна на відповідному рівні управління. Для досягнення успіху в новому інформаційному середовищі необхідні і нові можливості. Ціллю розробки інформаційного забезпечення є підвищення якості управління торговельною мережею на основі підвищення достовірності та своєчасності даних, необхідних для прийняття управлінських рішень. Основне призначення інформаційного забезпечення полягає у забезпеченні такої організації і надання інформації, які відповідали б будь-яким вимогам користувачів, а також умовам автоматизованих технологій.

Інформаційне забезпечення посідає особливе місце в системі управління торговельними мережами. Більш повно усвідомити місце та роль інформаційного забезпечення в управлінні торговельними мережами дозволяє виділення його основних завдань та цілей.

Як і будь-які системи інформаційного забезпечення інших підприємств сектору реальної економіки, система інформаційного забезпечення торговельної мережі повинна мати чітко сформульовану ціль свого існування, завдання і функції. Все це виявляється шляхом побудови так званого “дерева цілей”, де нижчий рівень цілей є засобом досягнення цілей вищого рівня. Таким чином виявляються всі без винятку напрями діяльності інформаційного забезпечення в управлінні торговельними мережами.

Інформаційне забезпечення забезпечує проінформованість на всіх ланках управлінської діяльності для досягнення системи цілей торговельної мережі. Можна вважати, що цілі інформаційного забезпечення безпосередньо походять від цілей підприємства.

З одного боку, місія інформаційного забезпечення управління торговельними мережами виражає його головне призначення та є

основою системи інших цілей. З іншого, – система цілей інформаційного забезпечення нижчих рівнів розвиває та робить більш зрозумілою його місію в управлінні торговельними мережами.

Під місією розуміють бачення того, якою повинна бути певна організація [1], у тому числі й її інформаційне забезпечення, та за що вона повинна боротися. Даний підхід дозволяє зробити висновок, що зазвичай формулювання місії містить інтереси всіх груп впливу або різноманітних груп працівників, які певним чином відносяться до функціонування системи інформаційного забезпечення в управлінні суб'єктом господарювання.

Призначення інформаційного забезпечення у менеджменті полягає у своєчасному формуванні і видачі достовірної релевантної інформації для прийняття управлінських рішень.

Місією інформаційного забезпечення є незалежна, всеохоплююча та самоудосконалююча підтримка управління з метою задоволення інформаційних потреб менеджменту у вигляді своєчасної та релевантної інформації, що спрямована на досягнення системи цілей торговельної мережі.

Зазвичай в управлінні виділяють три рівні: стратегічний, тактичний і оперативний [2]. На кожному з цих рівнів управління є завдання, вирішуючи які виникає потреба у певних даних, отримати які можна завдяки сформованому інформаційному забезпеченню на підприємстві. Якщо інформаційне забезпечення відповідає всім нормативним і внутрішнім вимогам, то на кожному рівні управління з'являється інформація, яка слугує основою для прийняття відповідних рішень.

Останнім часом одним із основних інструментів управління підприємством і досягнення ним стратегічних цілей стала збалансована система показників [3]. Застосування рахункових карт збалансованих показників дозволяє створити основу для системи управління торговельної мережі та оцінки її ефективності шляхом органічного переведення місії та загальної стратегії мережі у взаємозалежну систему показників, які характеризують всі аспекти її діяльності. Сформована рахункова карта збалансованих показників дозволяє отримати відповіді на такі питання, як: Чи виконано планове завдання? Чи є відхилення від нього? Які причини відхилення? та надає можливість запропонувати варіанти вирішення.

Система збалансованих показників також дозволяє конкретизувати необхідний внесок кожного працівника на всіх рівнях управління відповідно до місії торговельної мережі, для того, щоб загальна місія була сформована не у словесній формі, а за допомогою конкретних показників діяльності.

Розроблена система збалансованих показників повинна забезпечувати зв'язок між системою менеджменту та системою

інформаційного забезпечення, надавати цілісну картину стратегії управління торговельної мережі і чітко визначати послідовність причинно-наслідкових зв'язків між критеріям результатів та факторами їх досягнення. Кожен показник, що враховується системою, повинен бути перехідною ланкою в причинно-наслідкових зв'язках, яка дозволяє зрозуміти та довести сенс і цілі торговельної мережі кожному її менеджеру в залежності від конкретного рівня управління.

Побудова системи інформаційного забезпечення повинна відбуватись з урахуванням інформаційних потреб менеджерів, які формуються з урахуванням системи збалансованих показників управління торговельною мережею. Це дозволить забезпечувати менеджерів всіх рівнів управління своєчасною та релевантною інформацією для ефективного управління торговельними мережами.

Список використаних джерел:

1. Большая экономическая энциклопедия / авт. и сост. Т.П. Варламова и др. – М. : Эксмо, 2007. – 816 с.
2. Орлов А.И. Менеджмент. Учебник. М. : Издательство «Изумруд», 2003. – 298 с.
3. Kaplan R.S., Norton D.P. The Balanced Scorecard – Measures then drive Performance // Harvard Business Review, – 1992. – V. 70. – N 1. – P. 71-79.

Зарічнюк І.О.

студентка,

Вінницький торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету

ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СКЛАДОВА СИСТЕМИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Проблема ефективного управління фінансовими ресурсами підприємств сьогодні є однією із найбільш актуальних. Економічна ситуація, що склалася в Україні, вимагає від підприємця особливо зважених рішень і постійного, цілеспрямованого управління у сфері фінансів. З одного боку, ринкові відносини надають достатні можливості для ефективного управління, але з другого боку, спад промислового виробництва, криза неплатежів та великий ризик роботи з банківською системою знижують ефективність управління підприємством. Відтак сучасне функціонування підприємств пов'язано із необхідністю постійного пошуку і впровадження прогресивних форм фінансового управління.