

ІНФОРМАЦІЙНА СКЛАДОВА ПРОЦЕСУ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ

У статті запропоновано алгоритм формування інформаційної складової механізму прийняття рішень по управлінню торговельним підприємством, який включає аналіз збурюючих факторів і їх взаємодії з середовищем функціонування в процесі його динамічного розвитку. Використання кількісних методів обробки інформації дозволяє виключити суб'єктивізм при прийнятті управлінських рішень і оптимізувати весь процес управління господарською діяльністю торговельного підприємства.

Ключові слова: інформаційна складова, процес прийняття управлінських рішень, торговельне підприємство, алгоритм формування, управління.

Ananiev O., Beley O.

INFORMACJE COMPONENT DECYZJI W HANDLU PIDPRYDPRYEMSTWI: TEORETYCZNEJ I ASPEKTY METODOLOGICZNE

In the article the algorithm of forming of informative constituent of mechanism of making a decision is offered on a management a trading company, what includes the analysis of revolting factors and their co-operating with the environment of functioning in the process of its dynamic development. The use of quantitative methods of treatment of information allows to eliminate subjectivism for acceptance of administrative decisions and to optimize all of process of management of point-of-sale enterprise economic activity.

Keywords: the informative constituent, the process of acceptance of administrative decisions, the trading enterprise, the algorithm of forming, management.

Постановка проблеми. Розвиток торговельних підприємств і корпоративних торговельних мереж, виникнення нових пріоритетів, цілей, ресурсних обмежень і загроз (ризиків) розвитку, посилення глобальної конкуренції на товарному ринку, входження у загальносвітовий простір ставлять у сучасних умовах дослідження теоретичних і практичних проблем управління розвитком крупноформатних торговельних підприємств (гіпо-мега-маркетів) у розряд своєчасних і актуальних.

Аналіз публікацій по даній проблематиці свідчить, що об'єктивною основою створення торговельних підприємств зазначених форматів і їх подальший ефективний розвиток являється комплекс різноманітних (від товарних до кадрових) ресурсів, здатність яких у процесі трансформації генерувати грошові потоки і створювати нову вартість, обумовлює необхідність науково обгрунтованого системного управління ними, орієнтованого на довгострокове економічне зростання. Саме здатність підприємства ефективно використовувати ресурсну базу формує переваги його функціонування у заданому просторово-часовому континіумі.

В основі автоматизованих інформаційних систем управління торговельним підприємством лежить принцип створення єдиної інтегрованої бази даних (сховище даних – DW – англ.), в якій міститься вся бізнес-інформація і забезпечується одночасний доступ до неї необхідної кількості спів-

робітників підприємства, наділених відповідними повноваженнями.

Сучасні технології управління конкретними ситуаціями, що виникають у процесі функціонування торговельного підприємства, є слабо досліджуваним напрямом. Це пояснюється необхідністю врахування і аналізу великої кількості факторів та їх взаємодії у процесі динамічного розвитку господарської діяльності конкретного торговельного підприємства, а також складністю методик збору і обробки первинної інформації, її групування і прийняття відповідних управлінських рішень [1-9].

До невирішених частин загальної проблеми відноситься розробка методів довгострокового управління розвитком торговельних підприємств з врахуванням їх взаємодій із середовищем функціонування (як внутрішнім так і зовнішнім).

Метою дослідження є розробка теоретико-методологічних аспектів формування інформаційної складової механізму прийняття управлінських рішень, що виникають в процесі взаємодії із середовищем функціонування господарювання торговельних підприємств.

Основні результати дослідження. Для менеджерів крупноформатних торговельних підприємств, орієнтованих на результати і ліквідність, як відомо [1, 2], інструментом управління на всіх рівнях ієрархії на передній план виходить блок

показників управлінського обліку (організаційно-управлінського і фінансового обліку), серед яких особливе місце належить ресурсам і контролю над результатами роботи. Це обумовлює необхідність розробки методів контролю і аналізу формування товарних ресурсів, і на основі цього – розроблення спеціалізованого блоку "управління ситуаціями" в складі АІС торговельного підприємства.

Для опису середовища функціонування торговельного підприємства пропонується використувати інструмент когнітивного моделювання, який заснований на виділенні базисних факторів, що описують середовище ситуацій (як притаманних конкретній ситуації, так і збурюючих (при виявленні)) [4,6]. Когнітивна карта ситуацій представляє собою зважений граф, вершинами якого є базисні вектори середовища (ситуації), а спрямовані дуги показують напрямки взаємозв'язків між векторами. Центральним моментом прийняття рішень виступає ідентифікація ситуації, під якою розуміється степінь градації невизначеності вибору середовищем своїх станів. Множиною можливих станів розв'язання тієї чи іншої ситуації володіє (або повинен володіти) менеджер (або спеціалізований інформаційний блок в складі АІС ТП) на момент прийняття (вибору) рішення.

При заданій інформаційній ситуації проблема прийняття рішень полягає у виборі тільки одного рішення із множини можливих за визначеним критерієм.

На основі вивчення механізмів прийняття рішень з ситуаційного управління може бути запропонований наступний алгоритм вибору функціональних рішень торговельного підприємства (рис. 1).

Він включає сім етапів:

- 1) визначення множини можливих станів середовища $Y = \{y_1, y_2, \dots, y_n\}$;
- 2) формування множини рішень $X = \{x_1, x_2, \dots, x_n\}$, одне з яких необхідно прийняти;
- 3) визначення основних показників ефективності і корисності, що входять у розрахунок оцінчного функціоналу $F = \{f_{jk}\}$, який характеризує результативність прийняття рішень*;
- 4) визначення параметрів ситуації (збурюючих факторів), що характеризують стан середовища;
- 5) вибір критерію прийняття рішень з множини відомих (встановлених раніше) критеріїв оцінки ситуації середовища;
- 6) прийняття за вибраним критерієм (градацією) рішення, що найбільше підходить для конкретної ситуації;
- 7) внесення при необхідності корекцій в управлінське рішення (при неоднозначності визначення ситуації).

В основі АІС торговельного підприємства покладений принцип створення єдиного інтегрованого сховища даних (DW), в якому міститься вся бізнес-інформація у трьох часових режимах: 1) – на

дату; 2) – за дату; 3) – за період. Його структура забезпечує одночасний доступ різнорівневих менеджерів підприємства в кожний момент часу, коли цього потребує зафіксована ситуація.

Засобами інформаційної технології, притаманної АІС ТП, пропонується здійснювати управління у викладеній вище послідовності етапів. А це означає, що ситуацію прийняття рішень описувати матрицею, елементами f_{jk} якої буде кількісна оцінка прийнятого рішення $x_k \in X$ при умові, що середовище (ситуація) знаходиться в стані $y_k \in Y$:

$$\begin{matrix} X_1 & \dots & X_k & \dots & X_m \\ y_1 & f_{11} & \dots & f_{1k} & \dots & f_{1m} \\ y_i & f_{i1} & \dots & f_{ik} & \dots & f_{im} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ y_n & f_{n1} & \dots & f_{nk} & \dots & f_{nm} \end{matrix} \quad (1)$$

Формальна складова процесу прийняття управлінських рішень полягає у проведенні розрахунків за існуючими алгоритмами показників ефективності, що входять у визначення оцінчного функціоналу $F = \{f_{jk}\}$ і проведенні розрахунків для знаходження оптимального (кращого за градацією) рішення $X^0 \in X$ (за встановленим для кожної ситуації критерієм прийняття рішень).

Початкова позиція при розробці концепції розв'язання ситуаційних задач управління в складі автоматизованого блоку АІС ТП полягає в тому, що кожному типу конкретної ситуації (фактору збурення) повинна відповідати виокремлення послідовність процедур управління з власним інформаційним забезпеченням, власними критеріями і методами рішень.

Між змістом задачі, математичною моделлю і методами її розв'язання існує визначений зв'язок. Основною ознакою, за якою вони розмежовуються являється послідовність або відсутність цільової функції, яка повинна бути оптимізованою. Цільова функція, яка є функцією n -змінних, записується так:

$$f(x_1, x_2, \dots, x_n) = f_1(x_1) + f_2(x_2) + \dots + f_n(x_n) = \sum_{i=1}^n f_i(x_i) \quad (2)$$

Оптимізація пошуку найкращого рішення (альтернативи) зводиться до кількісного розрахунку критеріїв, за якими можна судити про її оптимальність. Нехай деяка альтернатива з множини X буде вважати, що для всіх $x \in X$ може бути заданою цільова функція $f(x)$, яка володіє тією властивістю, що якщо альтернатива x_1 переважає x_2 , тоді $x_1 > x_2$ і $f(x_1) > f(x_2)$. Найкращою альтернативою x_1 вважається та, що задовольняє найбільшому значенню критерія $x^1 = \arg f(x)$, $x \in X$.

Висновки. Інформаційна складова процесу прийняття управлінських рішень визначається множиною управлінських дій, множиною станів середовища (зарєстрованих ситуацій) і значеннями показників ефективності, що включаються у визначення оцінчного функціоналу при проведенні розрахунків по знаходженню оптимального рішення за вибраним критерієм прийняття рішень. Для прискореного оновлення потенціалу торговельних підприємств і посилення їх позицій в обслуго-

* Оскільки категорія оцінчного функціоналу акумулює такі поняття, як ефективність, втрати, ризик – акт.

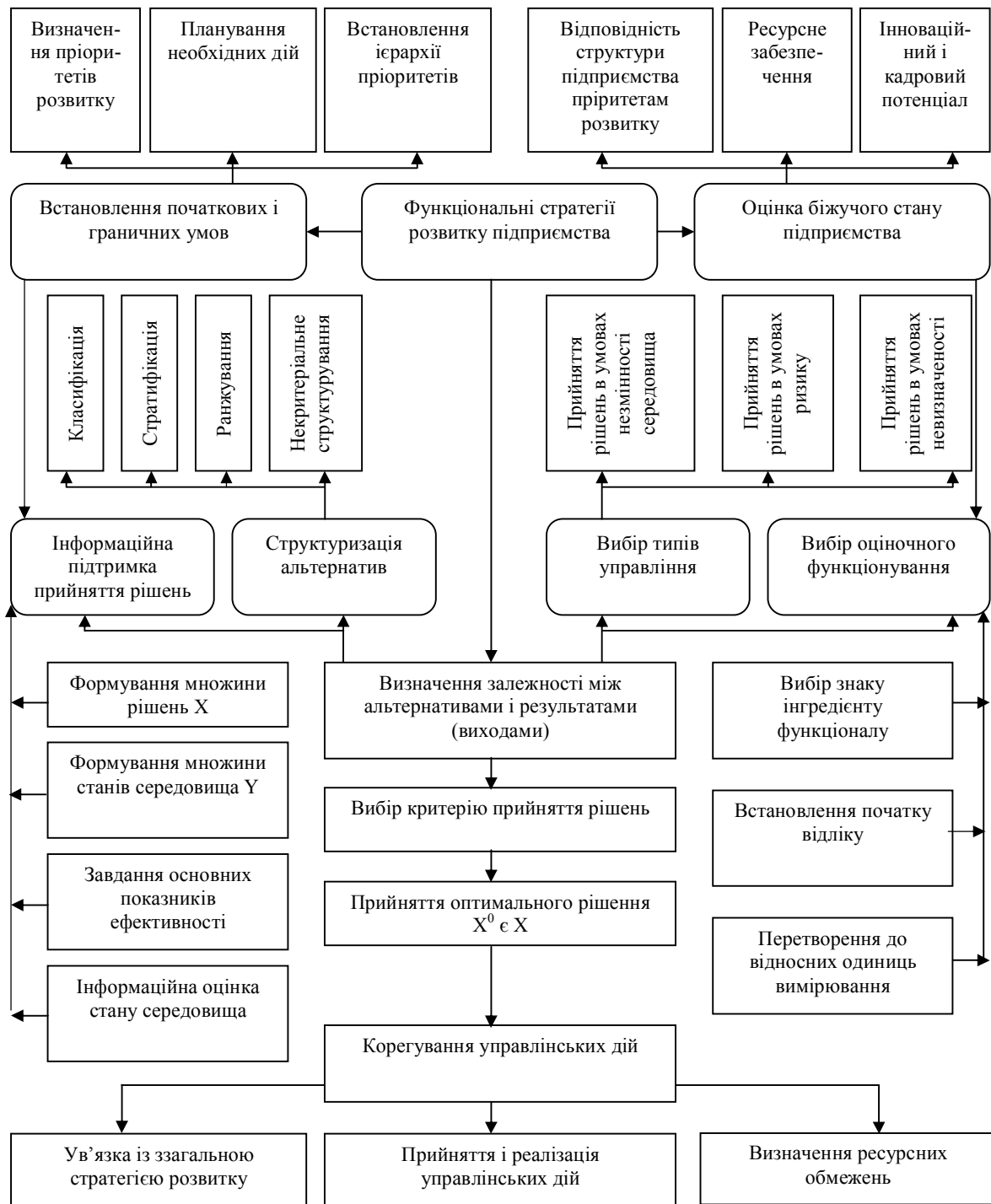


Рис. 1. Організація і послідовність дій процесу прийняття управлінських рішень в торговельному підприємстві, розроблено на основі [6, 9]

вуючих сегментах у середньостроковій і довгостроковій перспективах потрібно посилити їх менеджмент засобами впровадження сучасних АІС ТП, що включають спеціальний блок "Управління ситуаціями", а використання кількісних методів обробки інформації зведе до мінімуму суб'єктивізм при виборі управлінських рішень і дозволить оптимізувати весь процес управління торговельним підприємством.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баранов В. В. Процессы принятия управленческих решений мотивированных интересами / В. В. Баранов – М.: Физматлит, 2005. – 296 с.
2. Большаков А. С. Моделирование в бизнесе / А. С. Большаков – М.: Филінь, 2004. – 464 с.

3. Друкер П. М. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальное управление / П. М. Друкер – М., 1998. – 286 с.

4. Єрмошенко М. М. Інформація в системі виробничих відносин / М. М. Єрмошенко // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 10. – С. 66-73.

5. Коваленко И. И. Системный анализ и информационные технологии в управлении проектами / И. И. Коваленко, П. И. Бидюк, И. И. Беклан – К.: Экономика и право, 2001. – 265 с.

6. Ногин В. Д. Принятие решений в многокритериальной среде: количественный подход. / В. Д. Ногин – М.: Физматлит, 2005. – 176 с.

7. Розен В. В. Математические модели принятия решений в экономике / В. В. Розен – М.: Высшая школа, 2002. – 289 с.

8. Советский энциклопедический словарь / [ред. А. М. Прохоров]. – М.: Советская энциклопедия, 1988. – 1600 с.

9. Трухаев Р. И. Модели принятия решений в условиях неопределённости / Р. И. Трухаев – М.: Наука, 1981. – 257 с.

УДК 339.13.:001.8(477)

Антонюк Я. М.

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ В ТОРГІВЛІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Систематизовано внутрішню структуру інноваційного процесу в торгівлі. Виявлені відмінні ознаки сучасного ритейлу, запропоновані окремі напрями раціоналізації торгово-технологічного процесу в сучасних форматах підприємств торгівлі.

Ключові слова: інновації, інноваційний процес в торгівлі, сучасні формати торгівлі, ритейл.

Antonuk Y.

FEATURES OF THE INNOVATION PROCESS IN TRADE IN MODERN CONDITIONS

Abstract. Internal structure of the innovation process in the trade is systematized. Distinctive features of modern retail is defined, some ways of trade and economic process rationalization in the modern format of enterprises are proposed.

Keywords: innovation, innovation process in the trade, modern trade formats, retail.

Вступ. Дослідження економічних категорій „інновація” та „інноваційний процес” особливо набули широкого розвитку у вітчизняному науковому середовищі і знайшло своє відображення в законодавстві (див. 1,2). В останні роки воно активізувалось в сфері торгівлі. Значний внесок в розвиток цієї проблеми вносять вчені Київського Національного торгово-економічного університету (Орищук Н. В., Голошубова Н. О.) а також Виноградська А. М., Головіна Н., Лохман Н. В., Гладкова О. В., Апопій В. В. та інші.

Актуальність проблеми, що розглядається, обумовлена необхідністю розробок теоретико-методологічних основ економічних категорій „інновації в торгівлі” та „інноваційний процес в торгівлі”. Особливість сучасного стану інноваційного процесу в торгівлі полягає в адаптації досягнень торгівлі в розвинутих європейських країнах в практику вітчизняної торгівлі. Мета дослідження полягає в розробці напрямків і етапів інновації в галузі.

Результати досліджень. Після 2000 року дослідження економічної категорії „інновація”, у вітчизняній економічній літературі перейшло в активну фазу. Зміст інноваційного процесу в Украї-

ні має певні особливості в порівнянні з країнами з розвинутою і сталою економікою. Це обумовлено тим, що Україна перебуває в стадії трансформаційного запровадження основ ринкової економіки і тому вітчизняні інновації в меншій мірі включають в себе модель науково-технічного чи технологічного поштовху, а в більшості випадків – це переобладнання економічного простору під вимоги ринкової економіки. Особливо це стосується сфери торгівлі.

Переважає думка, що інновація являє собою техніко-економічний процес, який завдяки використанню продуктів розумової праці – ідей і винаходів приводить до створення кращих за властивостями нових видів продуктів і послуг та технологій, що забезпечують вищий рівень ефективності.

Основними видами інновацій є технологічні, організаційно-управлінські, економічні, соціальні, правові, технічні, продуктові та інші залежно від сфери застосування.

Особливостями інновацій в торгівлі є запровадження, в першу чергу, організаційно-управлінських, економічних, маркетингових наукових розробок, скерованих на модернізацію торгової га-