

Т.В. ГУШТАН, асистент кафедри товарознавства та комерційної діяльності, Ужгородський торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету

Т.В. ГУШТАН, ассистент кафедры товароведения и коммерческой деятельности, Ужгородский торгово-экономический институт Киевского национального торгово-экономического университета

T. HUSHTAN, Assistant of the Department of commodity and commercial activities, Uzhgorod Trade and Economic Institute of the Kyiv National University of Trade and Economics

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ В УПРАВЛІННІ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ В УПРАВЛЕНИИ ТОВАРНЫМ АССОРТИМЕНТОМ

THE ROLE OF INFORMATION RESOURCES IN MANAGING BY PRODUCT RANGE

У статті дано визначення поняття «інформація», приведені різні методи оцінювання змістовності і корисності інформації, зокрема структурно-статистичний метод, семантичний метод, прагматичний метод. Виділено характеристики управлінської інформації. Наведено ключові особливості інформаційного ресурсу, виявлені основні групи інформаційних ресурсів та їх функції. Визначені елементи налагодження технології формування інформаційних ресурсів для підтримки управління товарним асортиментом.

Ключові слова: *інформація, ефективність, інформаційні ресурси, товарний асортимент, інформаційна система, підприємство, ринок, управління.*

В статье дано определение понятия «информация», приведены различные методы оценки содержательности и полезности информации, в частности структурно-статистический метод, семантический метод, прагматический метод. Выделены характеристики управленческой информации. Приведены ключевые особенности информационного ресурса, выявлены основные группы информационных ресурсов и их функции. Определены элементы налаживания технологии формирования информационных ресурсов для поддержки управления товарным ассортиментом.

Ключевые слова: *информация, эффективность, информационные ресурсы, товарный ассортимент, информационная система, предприятие, рынок, управление.*

In the article given definition of notion «information» is given, the different methods of evaluation of content and usefulness of information are presented, including structural and statistical method, semantic method, pragmatic method. Characteristics of management information are highlighted. The key features of the

information resource are shown, main groups of information resources and their functions are identified. Items in adjustment of forming technology information resources for support of management by product range are defined.

Keywords: *information, effectiveness, information resources, product portfolio, information system, enterprise, market, management.*

Постановка проблеми. Ефективне управління асортиментом потребує використання відповідних інформаційних ресурсів, локальних і глобальних комп'ютерних мереж, інформаційної компетентності персоналу, який повинен адекватно реагувати на всі виклики внутрішнього і зовнішнього середовища. Звідси випливає необхідність ув'язання формування асортименту з інформаційною діяльністю з метою забезпечення зворотного зв'язку у процесах планування, контролю і коригування на мережевому торговельному підприємстві.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Розвиток формування і використання інформаційних ресурсів відбувався на основі фундаментальних положень, висвітлених у роботах В.К. Галіціна, В.В. Годіна, О.І. Пушкаря. Теоретичні і методичні проблеми управління товарним асортиментом розглянуто у роботах О.М. Азарян, Л.В. Балабанової, Д. Гілберта, Ф. Котлера та інших. Але питання визначення ролі інформаційних ресурсів в управлінні товарним асортиментом потребують у сучасних ринкових умовах подальшого розвитку.

Мета статті – визначення ролі інформаційних ресурсів в управлінні товарним асортиментом.

Виклад основного матеріалу. Використання інформаційних систем та інформаційних технологій в умовах інтенсивного розвитку ринкових стосунків стає одним з найбільш важливих елементів ефективного управління. Підприємства все частіше використовують сучасні інформаційні системи і технології для управління зовнішніми і внутрішніми потоками інформації, аналізу, прогнозування, ухвалення управлінських рішень. В процесі управління асортиментом головну роль відіграє інформація.

Визначення поняття інформації досить різноманітне. Інформація – це відомості про яку-небудь подію, процес, які відбуваються в господарській діяльності людей, природі, суспільстві. Інформація є об'єктом

зберігання, передачі і перетворення для використання в якій-небудь сфері людської діяльності [6].

Найбільш значущими властивостями інформації є невичерпаність в процесі використання, самозростання в процесі вживання, особлива невизначеність її корисності, відсутність залежності між початковим обсягом знань і об'ємом нового створеного знання, висока мобільність, як в просторі, так і в плані перетікання з одних наук в інших без втрати актуальності [10].

У літературі приведені різні методи оцінювання змістовності і корисності інформації [5]:

- структурно-статистичний метод, що полягає у вивченні синтаксису знакових структур, тобто способи сполучення знаків і правила утворення цих сполучень і їхніх перетворень;

- семантичний метод, який заснований на вивченні знакових систем, як засобів вираження змісту;

- прагматичний метод розглядає співвідношення між знаковими системами і їхніми користувачами, тобто вивчає практичну корисність інформаційних ресурсів.

Виділяють такі характеристики управлінської інформації [5]:

- цінність (корисність) для здійснення процесів управління і вірогідність, точність і повнота;

- оперативність і своєчасність, уповільнення в надходженні інформації знижують, а іноді зводять до нуля її цінність для здійснення управління, знижують ефективність рішень керівників і функції виконавців, порушують установлений ритм функціонування систем управління;

- стислість і релевантність (необхідна, адекватна); не тільки неправильна, помилкова інформація (дезінформація), але і зайва, надмірно докладна інформація можуть негативно позначатися на процесах управління, викликаючи ускладнення структури і збільшення трудових витрат управлін-

ського персоналу і непродуктивні витрати часу роботи технічних систем обробки інформації;

- лаконічність і висока насиченість, ці властивості забезпечують, з одного боку, підвищення цінності інформації, з іншого боку – прискорення її доставки й обробки;
- порівнянність (за часом і по підрозділах);
- доцільність;
- економічна ефективність (окупність витрат), тобто мінімізація витрат на збір, формування, передачу й обробку;
- нетенденційність (неупередженість);
- зручність форми представлення для використання;
- зручність кодування, що є важливим чинником надійності передачі і, отже, вірогідності інформації, а також прискорення її передачі й обробки.

Об'єм і якість інформації, що застосовується для розв'язання будь-яких задач (наукових, управлінських, економічних), визначається [8]: рівнем професійної підготовки керівника та виконавця; досвідом, отриманим виконавцями при розв'язанні інших задач; доступністю для конкретного виконавця тих чи інших інформаційних ресурсів; наявністю деякого (базового) рівня технічного забезпечення, яке робить можливим доступ до інформаційних ресурсів програмних продуктів та дозволяє вести їхню обробку; обсягом фінансових та трудових ресурсів, які можуть бути задіяні для отримання і обробки інформації; правовими нормами, які визначають доступ до інформації, порядок її застосування на підприємстві.

Кожний з перерахованих чинників накладає обмеження на реально доступну виконавцю інформацію і таким чином змінює інформаційне середовище, в якому конкретний виконавець реалізує завдання, що стоять перед ним.

Крім того, інформації як економічному ресурсу властива дихотомія поширеності і рідкості. З одного боку, інформація, що легко тиражується, не знищується, а, навпроти, самозростає в процесі використання. Крім того, вона є рідким ресурсом завдяки унікальності процесу її виробництва і використання, головним суб'єктом якого виступає людина [10].

Інформаційні ресурси визначають як весь наявний об'єм інформації в інформаційній

системі, тобто, це весь об'єм знань, відчужених від їх творців, зафіксований на матеріальних носіях і призначений для суспільного використання [3]. Інформаційний ресурс визначається як ресурс, який має низку характерних особливостей. Зокрема, на відміну від інших (матеріальних) ресурсів, інформаційний ресурс практично невичерпний; з розвитком суспільства і зростанням обсягу використовуваних знань цей ресурс не зменшується, а навпаки, зростає.

Інформаційні ресурси – це інфраструктура інформаційної діяльності, тобто весь обсяг інформації, який є у системі [7]. Вони мають кілька особливостей, спільних для всіх видів ресурсів, зокрема:

- дають змогу збільшувати вартість товарів і послуг, а також створювати суто інформаційні продукти і послуги;
- здатні накопичуватися, зберігатися і ретворюватися, поліпшуючи власні споживчі властивості;
- можуть утилізувати використану інформацію у вигляді архівації з залученням в обіг архівних даних як вторинних інформаційних ресурсів;
- створюються в процесі особливого найвищого виду людської діяльності – інтелектуальної праці.

Водночас інформаційний продукт має ряд унікальних ознак, що підвищують його цінність і властиві лише цьому виду ресурсу:

- багаторазове використання без витрат, усі інші види ресурсів використовуються одноразово, у кращому випадку з подальшою утилізацією у вигляді вторинної сировини;
- синергізм використання інформації – поєднання інформації з іншим видом ресурсів, а також з іншою інформацією дає більший ефект, ніж звичайне поєднання окремих корисних ефектів від кожного ресурсу окремо;
- функціонування в різних формах електромагнітного поля в просторі, як відображення інформаційних даних і зв'язків з пам'яттю суб'єкта (людина, машина), так і у вигляді зміненої структури різних фізичних носіїв;
- передача різними каналами зв'язку (комунікативність інформації) практично на будь-яку відстань.

Інформаційні ресурси підрозділяються на документовані та не документовані. Доку-

мент – це інформаційне повідомлення в паперовому, звуковому або електронному вигляді, оформлене за певними правилами та завірене у відповідному порядку. Усі документи інформаційної системи, які використовуються для управлінської діяльності, варто класифікувати за наступними ознаками:

- за назвою (листи, інструкції, заяви, накази, розпорядження, рішення, доручення, протоколи, акти);
- за типом матеріального носія (паперові, відеодокументи, фотодокументи, електронні документи);
- за належністю до системи документації певного виду діяльності (система управлінської документації, система документації за основним видом діяльності).

Учений А. Пушкар [7] поділяє інформаційні ресурси на такі групи:

- інформаційні ресурси, що представлені у вигляді інформації в інформаційних системах управління;
- знання і досвід діяльності персоналу підприємства;
- знання про підприємство у партнерів, споживачів та інших контрагентів підприємства у зовнішньому середовищі, що проявляються в іміджі, брендів, прихильності до торгової марки, тривалих схемах взаємодії.

Інформаційні ресурси відрізняються від решти видів ресурсів тим, що з одного боку, вони починають працювати, коли досягають певного об'єму, а з другого боку – при споживанні не зникають, підвищують свою корисність, стають більш достовірними.

Інформаційні ресурси можна визначити як всі види інформації доступні користувачу і необхідні для виконання задач, що стоять перед ним і підвищують ефективність його діяльності.

Інформаційні ресурси беруть участь в процесі виробництва матеріальних благ шляхом використання їх процесів управління. Берсуцький Я.Г. і Седенкова Е.В. [1] визначають, що процес управління інформаційними ресурсами включає наступні основні функції: планування інформаційних ресурсів; облік (спостереження) за процесом формування, актуальністю і повнотою інформаційних ресурсів; аналіз використання інформаційних ресурсів при підготовці і прийнятті управлінських рішень і реалізації функціональних задач; регулювання процесів фор-

мування, нагромадження і поширення інформаційних ресурсів.

У цих умовах стало необхідним оцінювати витрати на інформаційні ресурси, визначати їхній внесок в ефективність функціонування торговельних підприємств. В науці існує декілька підходів до вимірювання інформації. Для оцінки задоволення інформаційних потреб у теорії науково-технічної інформації введені міри релевантності і пертинентності [5]. Під релевантністю розуміється відповідність запиту; під пертинентністю – відповідність потребам користувача. На практиці при оцінці значущості інформаційних масивів автоматизованих систем управління використовуються іноді такі непрямі оцінки, як частота звертання до масиву, число підготовлених на його основі документів, число підрозділів, що обслуговуються, обсяг масивів тощо. Для вирішення окремих завдань управління розглянуті способи оцінки інформації дають, іноді, цілком задовільні результати. Але у випадку оцінки всієї сукупності інформаційних ресурсів необхідно мати можливість порівнювати різні види інформації, одержувати порівнянні оцінки корисності різних інформаційних ресурсів, щоб розподіляти кошти на інформаційне забезпечення більш раціонально.

Налагоджена технологія формування інформаційних ресурсів для підтримки управління товарним асортиментом містить наступні елементи: технологія збору даних, технологія обробки даних і представлення результатів зацікавленим особам.

Технологія збору вихідних даних передбачає наявність постійних джерел, інформація з яких поступає у фактично незмінному вигляді.

Типовими джерелами формування інформаційних ресурсів щодо управління асортиментом є:

- дані про продажі, що зазвичай поступають з єдиної облікової системи;
- дані моніторингу конкурентів, в яких зазвичай включають збір прайс-листів, моніторинг роздрібних точок продажу, де представлений асортимент товарів конкурентів, моніторинг реклами в друкарських виданнях тощо;
- дані моніторингу споживачів, які включають проведення регулярних опитувань про

задоволеність споживачів представленим товарним асортиментом, про якість товарів підприємства, про оцінку заходів з просування, про порівняльну оцінку підприємства по відношенню до конкурентів тощо;

– дані моніторингу постачальників, що забезпечує вибір більш вигідних пропозицій і формування оптимального асортименту як для споживачів, так і для підприємства;

– статистична інформація і публікації в пресі, яка не завжди ефективно використовується в роботі менеджерів всіх рівнів;

– науково-технічна інформація, що надає підприємству дані про новітні технології і розробки у сфері управління асортиментом.

Технологія обробки даних і представлення результатів зацікавленим особам передбачає надання цінної інформації різним відділам торговельного підприємства у вигляді довідок і звітів. Якщо зміст цих звітів буде незадовільним, то незалежно від якості вихідних даних, оцінка роботи аналітичного відділу буде дуже низькою [9].

Слід зазначити, що формування і використання інформаційних ресурсів є неможливим без розвинутої інформаційної системи підприємства. Під інформаційною системою підприємства розуміється взаємозв'язана сукупність технічних, технологічних, програмних, організаційних засобів, методів і суб'єктів, що використовуються для формування, зберігання, обробки інформаційних ресурсів і надання корисної інформації користувачу для досягнення поставленої мети.

Висновки. На ринку роздрібною торгівлі склалися умови, що вимагають постійного спостереження за станом ринку, його змінами, тенденціями його розвитку. Необхідно вміти передбачати подальший розвиток ситуації і бути готовим до зміни стратегії для найшвидшого пристосування до нових зовнішніх факторів. Використання інформаційних систем та інформаційних технологій в умовах інтенсивного розвитку ринкових стосунків стає одним з найбільш важливих елементів ефективного управління. Роль інформаційних ресурсів в управлінні товарним асортиментом полягає у постійному спостереженні за зовнішніми і внутрішніми потоками інформації, що мають на підприємствах торгівлі величезні розміри, вико-

ристовувати її для аналізу, прогнозування, ухвалення управлінських рішень.

Список використаних джерел

1. Берсуцкий Я.Г. Информационные потребности пользователей в системах управления / Я.Г. Берсуцкий, Е.В. Седенкова // Модели управления в рыночной экономике: сб. науч. тр. общ. ред. и предис. Ю.Г. Лысенко; Донецкий гос. ун-т. – Донецк: ДонГУ, 1999. – Вып.2. – 418 с.

2. Важинський Ф.А. Маркетингові дослідження в системі управління конкурентоспроможністю підприємств / Ф.А. Важинський, А.В. Колодійчук // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.1. – С. 125–130.

3. Годин В.В. Управление информационными ресурсами: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 17 / В.В. Годин, И.К. Корнеев. – М.: ИНФРА, 2000. – 352 с.

4. Колодійчук А.В. Інформація як фактор інноваційного розвитку економіки / А.В. Колодійчук // Формування ринкових відносин в Україні. – 2012. – №5/1(132). – С. 58–62.

5. Крайзмер Л.П. Кибернетика: учеб. пособие для с.-х. вузов по специальности «Экономическая кибернетика» / Л.П. Крайзмер. – М., 1997. – 279 с.

6. Петренко С.М. Інформаційне забезпечення внутрішнього контролю господарських систем: Монографія / С.М. Петренко. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2007. – 290 с.

7. Пушкарь А.И. Концепция развития информационных ресурсов предприятия / А.И. Пушкарь, Е.В. Пономаренко // Экономика розвитку. – 2004. – №2. – С. 9–18.

8. Пушкарь А.И. Стратегическое управление развитием электронного бизнеса и информационных ресурсов предприятия (модели, стратегии, механизмы) / А.И. Пушкарь, Е.Н. Грабовский, Е.В. Пономаренко. – Харьков: Изд. ХНЭУ, 2005. – 480 с.

9. Стратегия и тактика маркетинга = интуиция и информация [Электронный ресурс] / Картышов С.В., Кульчицкая И.А., Поташиников Н.М. // Журнал «Конъюнктура товарных рынков». – 2007. – Режим доступа: <http://www.4p.ru/main/theory/3058>

10. Шуть О. Інформація як економічний ресурс: Межвуз. сб. науч. тр. / О. Шуть. – М.: Консалтинг XXI век, 2003.