

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНА МОДЕЛЬ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Досліджено основні проблемні аспекти діяльності торговельних підприємств, проведено моніторинг основних показників діяльності за даними Головного управління статистики Львівської обл., проаналізовано інформаційно-аналітичну діяльність та принципи її здійснення, а також наведено проблемні місця формування інформаційного поля торговельного підприємства та окреслено його структурні елементи. Доведено потребу використання ключових показників успіху діяльності підприємства під час структуризації інформаційних потоків за визначеними бізнес-процесами, а також запропоновано розглядати раціональність показників за бізнес-процесами відповідно до виконуваних ними функцій. Визначено, що важливою інформаційною базою для ефективного функціонування торговельних підприємств є інформація, яку отримують унаслідок моніторингу ринків, цінових тенденцій, попиту споживачів на окремі групи товарів та їх рентабельність в розрізі загального товарообороту підприємства.

Ключові слова: торговельна діяльність; торговельні підприємства; роздрібна торгівля; інформаційне забезпечення.

Вступ. Діяльність суб'єктів підприємництва супроводжується низкою інформаційних потоків, які потрібно постійно систематизувати та агрегувати. Враховуючи істотні зміни як у політичній, економічній, податковій системах, так і в соціосистемі загалом, кількість інформаційно-аналітичних масивів змінюється та потребує гнучкої адаптації до нормативно-законодавчих вимог та внутрішньоорганізаційних вимог. Уся сукупність інформаційних масивів повинна забезпечувати прозорість бізнес-процесів, відображати їх динаміку в часі. Тому проблема формування раціональної інформаційно-аналітичної бази діяльності торговельних підприємств є актуальною.

Мета дослідження. Визначити структуру інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності торговельних підприємств на основі статистичної інформації про їх діяльність, проаналізувати основні бізнес-процеси торговельних підприємств на базі використання інформаційної моделі.

Матеріали та методика дослідження. Базовим матеріалом для визначення обсягів діяльності торговельних підприємств є статистична звітність Головного управління статистики у Львівській обл., яка слугувала для визначення та проведення моніторингу кількісних та відносних показників діяльності торговельних підприємств. Структура інформаційно-аналітичного забезпечення сформована на основі власних досліджень авторів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сьогодні науковці активно досліджують проблеми інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності торговельних підприємств, це питання є предметом дослідження багатьох учених, таких як: І. В. Бесєдін, В. В. Гордін, Г. С. Коломієць, Г. В. Жаворонкова, Б. М. Місюк, Й. В. Мелюхін та ін.

Виклад основного матеріалу дослідження. Досліджуючи діяльність торговельних підприємств, спостерігаємо чітку динаміку показників їх функціонування. Непередбачуваність та динамізм зовнішніх чинників

визначають та істотно впливають на формування асортиментної політики торговельних підприємств, прогнозування показників товарних запасів, розроблення закупівельної політики, ціноутворення та інші складові елементи діяльності торговельних підприємств. Повна адаптація бізнес-процесів до умов діяльності можлива тільки за наявності раціонально сформованого інформаційно-аналітичного забезпечення, яке, хоч і не є панацеєю для всіх проблемних ситуацій, але дає змогу попередити настання події ризику.

Базою для формування інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності торговельних підприємств є ринкова, бухгалтерська та статистична інформація. Зрозуміло, що досить велика питома вага цих даних не має чітко окреслених меж інформаційних одиниць, і формується як із традиційних, так і з нетрадиційних джерел.

За даними Головного управління статистики Львівської обл., обсяг роздрібного товарообороту цієї області станом на 1.09.2016 р. становив 2878,1 млн грн. Відповідно до даних цього ж джерела, оптовий товарооборот станом на 01.06.2016 р. по Львівській обл. становив 14723,2 млн грн, питому вагу в розрізі продовольчих і непродовольчих товарів за всією сукупністю та вітчизняного виробника наведено на рис. 1.

Якщо розглядати динаміку щодо кількості об'єктів роздрібної торгівлі за 2011-2015 рр., то спостерігається спад показників, хоча у 2014 та 2015 рр. цей показник має позитивний результат. Наявність об'єктів роздрібної торгівлі Львівської обл. наведено на рис. 2.

Важливою інформаційною базою для ефективного функціонування торговельних підприємств є інформація, яку отримують внаслідок моніторингу ринків, цінових тенденцій, попиту споживачів на окремі групи товарів. На жаль, ця інформація на сьогодні нівелюється, натомість базовими інформаційними масивами рахуються дані, які формуються в середині підприємства.

Як зауважив Є. Д. Бондаренко, одним із негативних явищ у практиці підприємства є неповна, несвоєчасна

Цитування за ДСТУ: Батьковець Г. А. Інформаційно-аналітична модель забезпечення діяльності торговельних підприємств / Г. А. Батьковець, Н. О. Батьковець // Науковий вісник НЛТУ України. Серія економічна. – 2017. – Вип. 27(2). – С. 165–167.

Citation APA: Batkovets H. A., & Batkovets N. O. (2017). Information-analytical model of providing activities of commercial enterprises. *Scientific Bulletin of UNFU. Economic Series*, 27(2), 165–167. Retrieved from: <http://nv.nltu.edu.ua/index.php/journal/article/view/227>

інформація про надходження, продаж і запаси окремих товарів за різними споживчими ознаками.

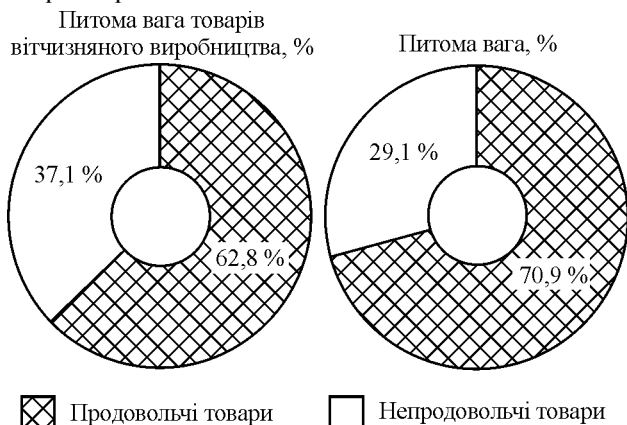


Рис. 1. Питома вага товарообороту в розрізі продовольчих і непродовольчих товарів (Розроблено на основі даних отриманих з сайту Головного управління статистика у Львівській області: http://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/sr/accounting.php?ind_page=sr.)

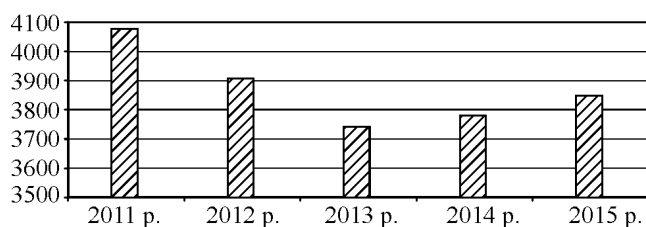


Рис. 2. Динаміка підприємств роздрібної торгівлі (одиниць) (Розроблено на основі даних отриманих з сайту Головного управління статистика у Львівській області: http://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/sr/accounting.php?ind_page=sr.)

Саме така інформація повинна слугувати головним джерелом для оцінювання поточного становища ринку того чи іншого товару (Bondarenko, n.d.).

Роботи з покращення інформаційного забезпечення комерційних структур зосереджувались, в основному, на створенні технічних засобів, відповідних автоматизованих систем, призначених для оброблення і передавання інформації. За такої постановки проблеми передбачалася наявність достатніх обсягів інформації, що не відповідало дійсності, і ставилася задача забезпечення можливості її оперативного і цілеспрямованого використання на основі впровадження сучасної комп'ютерної техніки. Як наслідок, створені автоматизовані системи управління та засоби оброблення і передачі даних натеper використовуються неефективно. Потрібної спеціалістам інформації гостро не вистачає, незважаючи на певне збільшення досліджень з цих проблем (Zaiats, 2010).

Формуючи інформаційне поле діяльності торговельних підприємств, потрібно враховувати структурні елементи, що визначають схему комунікаційної взаємодії. При цьому, на нашу думку, доцільно використовувати комплексний підхід управління інформаційними потоками. Цей підхід передбачає взаємоув'язку всіх етапів функціонування торговельних підприємств (рис. 3).

Реалізація кожного із бізнес-процесів передбачає наявність локального інформаційного потоку, що дає змогу зреалізувати менеджерам всі функції та управлінські дії. Зазвичай, далеко не за всіма бізнес-процесами мож-

ливо визначити структуру інформаційних одиниць, це можна пояснити динамікою реалізації бізнес-процесів і нечітко прогнозованими показниками фінансового, інформаційного, часового характеру.

Цікавим з наукового та практичного погляду є застосування концепції системної ефективності до формування інформаційного поля торговельних підприємств.



Рис. 3. Етапи формування інформаційного забезпечення торговельних підприємств

Окрім цього, логіка побудови інформаційного забезпечення на основі збалансованих показників за кожним бізнес-процесом дає змогу покращити прогнозну базу для прийняття управлінських рішень.

При цьому, ці показники за бізнес-процесами повинні виконувати такі функції:

- 1) давати змогу виявляти і встановлювати закономірності динаміки торговельної діяльності загалом або окремих торговельних процесів;
- 2) оцінювати роботу підрозділу і кожного співробітника;
- 3) використовуватися у коротко- і довготерміновому бюджетуванні;
- 4) формувати мотивацію персоналу на досягнення результату;
- 5) підвищувати відповідальність кожного працівника за свій обсяг роботи;
- 6) давати змогу керівництву розвивати і покращувати найбільш перспективні напрями діяльності;
- 7) бути основою для виявлення "вузьких" місць;
- 8) у доступній і наочній формі демонструвати вплив того чи іншого процесу на результат;
- 9) обґрунтовувати кожне управлінське рішення.

Висновки. Піз час розроблення системи ключових показників потрібно встановити певні вимоги, які пред'являються до кожного із них, зокрема:

1. Кожний показник повинен бути чітко визначеним і однозначно оцінюватись.
2. Кожний з показників повинен належати до сфери відповідальності підрозділу чи працівника, робота яких оцінюється.
3. Показники повинні сприяти мотивації діяльності персоналу, відповідно до поставлених завдань та службових обов'язків.
4. Динаміка зміни показника повинна володіти здатністю представляти графічно.
5. Кожен показник повинен органічно входити в систему КР і слугувати базою для аналізу діяльності торговельного підприємства.

Перелік використаних джерел

Bondarenko, Ye. D. (n.d.). Osoblyvosti informatsiinoho zabezpechenia torhovelnoho pidpriemstva. *Materialy V Vseukr. nauk.-prakt. int.-konf.* Retrived from: <http://www.intkonf.org>. [in Ukrainian]

Kolchukova, M. V. (2007). Analiz struktury ta tendentsii rozvytku roz-dribnoi torhovelnoi merezhi v Ukraini. *Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh*, 1(1), 282–289. [in Ukrainian]

Shubin, O. O., & Honcharuk, Ya. A. (2010). *Vnutrishnia torhivlia: re-hionalni aspekty rozvytku*. Donetsk–Lviv: DonNUET. [in Ukrainian]
Zaiats, N. O. (2010). *Informatsiini osnovy upravlinnia komertsiiou diialnistiu torhovelnykh pidpriemstv*. Khmelnytskyi: Polihrafist-2. [in Ukrainian]

Н. О. Батьковец, Г. А. Батьковец

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Исследованы основные проблемные аспекты деятельности торговых предприятий, проведен мониторинг основных показателей деятельности по данным Главного управления статистики Львовской обл., проанализированы информационно-аналитическая деятельность и принципы ее осуществления, а также приведены проблемные места формирования информационного поля торгового предприятия и обозначены его структурные элементы. Доказана необходимость использования ключевых показателей успеха деятельности предприятия при структуризации информационных потоков по определенным бизнес-процессам, а также предложено рассматривать рациональность показателей по бизнес-процессам в соответствии с выполняемыми ими функций. Определено, что важной информационной базой для эффективного функционирования торговых предприятий является информация, которую получают в результате мониторинга рынков, ценовых тенденций, спроса потребителей на отдельные группы товаров, и их рентабельность в разрезе общего товарооборота предприятия.

Ключевые слова: торговая деятельность; торговые предприятия; розничная торговля; информационное обеспечение.

H. A. Batkovets, N. O. Batkovets

INFORMATION-ANALYTICAL MODEL OF PROVIDING ACTIVITIES OF COMMERCIAL ENTERPRISES

A distinguishing feature of the operation of modern trade enterprises of different ownership is the necessity to form according to defined and logically structured business processes of the enterprise information model. Information-analytical model should provide information units demand balance for each business process. Accordingly, the structure of the information field, each information flow should reflect the local dynamics of status event because of the isolation of key indicators of successful commercial enterprise. Therefore, the aim of the study is to outline the structure and functions of information and analytical support of commercial enterprises based on statistical information on their activities. The results of the study have summarized indicators of trade and trends in the industry in terms of number of objects by activity and turnover structure and proposed to consider the rationality of indicators on business processes according to their functions. The findings have formed author's requirements for the system of key indicators of the development of information-analytical model. It is proved that each figure should come naturally in balanced criteria and serve as a basis for the analysis of a commercial enterprise. It was determined that an important information base for effective functioning of commercial enterprises is the information obtained by monitoring markets, price trends, consumer demand for particular products and their efficiency in terms of the total turnover of the company.

Keywords: trading activity; trading companies; retail; information.

Інформація про авторів:

Батьковець Галина Андріївна, канд. екон. наук, доцент, Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, м. Хмельницький, Україна. **Email:** batkovec.halia@gmail.com

Батьковець Наталія Олегівна, канд. екон. наук, доцент, Львівський інститут економіки і туризму, м. Львів, Україна. **Email:** natamakuhina72@mail.ru