

СКЛАДОВІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Бець М.Т., Гошко Д.М.
*Національний університет
«Львівська політехніка», м. Львів*

Чим глибше затягується сектор торгівлі в епіцентр кризисних явищ вітчизняної економіки, тим гостріше постає питання пошуку нових напрямків і форм його розвитку, зокрема вирішення цього завдання пов'язане із визначенням можливостей адаптації системи збалансованих показників у систему інформаційного забезпечення підприємств торгівлі в контексті використання їх ділової репутації (retail).

Інформаційне забезпечення моделі збалансованого розвитку торговельного підприємства на основі системи збалансованих показників слід розглядати з економічної, організаційної, технологічної та технічної точок зору, як систему ресурсного забезпечення, як специфічний вид професійної діяльності, як складову системи процесу управління за такими типовими структурними елементами: персонал, фахівці зі збору, обробки, аналізу інформації; внутрішня інформація; методи і процедури збору інформації, її обробки, аналізу та підготовки до прийняття рішень.

Ключові елементи та підсистеми формують структуру інформаційної системи збалансованого розвитку (ІСЗР) підприємств торгівлі у трьох площинах: особливості галузі, макроекономічні та мікроекономічні зміни за такими принципами: кількість показників менша або рівна 30-ти, представляти матеріальну та нематеріальну сторону торговельного бізнесу, орієнтуватися на цілі та результати поточного та стратегічного характеру, дозволити будувати стратегічну карту та адаптувати стратегію до операційного рівня торговельної діяльності.

ІСЗР підприємств торгівлі містить такі блоки як «фінанси», «клієнти», «бізнес-процеси», «репутаційна відповідальність», які деталізуються за стадіями життєвого циклу торгівлі: «становлення», «ріст», «зрілість» та «криза», і доповнюють підсистеми визначення інформаційних потреб, зберігання інформації, її обробки та надання для прийняття управлінських рішень.

Дана модель ІСЗР підприємств торгівлі не випадково включає в себе блок «репутаційної відповідальності», оскільки практикою бізнесу доведено, що зростання індексу репутації на 1% призводить до збільшення ринкової вартості компанії на 3%.

Регулювання збалансованого розвитку торговельного підприємства можливо забезпечити на основі узгодження інтересів власника та підприємницької організації, інтересів держави, працівників. Концепцію збалансованих показників в умовах кризової вітчизняної економіки слід розглядати і як аналітичний інструмент стратегічного менеджменту і як інформаційну складову комплексного аналізу торговельної діяльності.