

УДК 330:004

ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ МЕНЕДЖЕРА ЗІ ЗБУТУ

В. Л. Гершун¹, А. О. Харченко²

¹ магістрант кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту, НТУ «ХПІ», Харків, Україна

*² доцент кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту, канд. економ. наук, НТУ «ХПІ», Харків, Україна
Alla.kharchenko@khp.edu.ua*

Інформаційне забезпечення управлінських рішень – проблема, яка настійно вимагає до себе уваги саме у теперішній час, коли технології збирання та переробки інформації змінюються дуже швидко. Своєчасне отримання повної та достовірної інформації – шлях до вирішення цілої низки проблем торговельних підприємств.

Якісне удосконалення системи інформаційного забезпечення збутової діяльності дозволить підприємству своєчасно приймати більш обґрунтовані рішення, адекватно реагуючи на динаміку оточуючого середовища і складні процеси у самій керованій системі. Це забезпечить успішну адаптацію підприємства до ринкових умов і його тривале існування у конкурентному середовищі.

До основних переваг використання інформаційних технологій в управлінні збутовою діяльністю підприємства можна віднести: підвищення ступеню керованості; зниження впливу людського фактору; скорочення паперової роботи; підвищення оперативності і достовірності інформації; зниження витрат; оптимізація обліку та контролю; можливість збільшення частки ринку.

Одним із важливих моментів, на який варто звернути увагу – те, що інформаційні технології на підприємствах існують у вигляді різноманітних інформаційних систем та автоматизованих робочих місць, які використовуються в різних сегментах управлінської системи.

Якщо підприємство має за мету збільшити якість обслуговування клієнтів, то для даного випадку була розроблена концепція CRM – управління взаємовідносинами з клієнтами. Основним завданням CRM є процес проведення автоматизованого збору даних про покупців і постійний інформаційний зв'язок з покупцями.

Вона виконує наступні базові функції: визначення плану продажів; одержання та передавання замовлення на продаж; складання графіку продажів споживачам; конфігурація продуктів; аналіз обсягу продажів у перерізі груп клієнтів та груп продуктів; управління ресурсами розподілу.

Отже, використовуючи інформаційні технології, підприємство має можливість збільшити свою конкурентоспроможність. Важливо відзначити, що автоматизація – не самоціль, а цілеспрямована діяльність оптимізації бізнес-процесів.

Список літератури:

1. *Огерчук, Ю. В.* Аналіз організування збутової діяльності вітчизняних виробників [Текст] / Ю. В. Огерчук // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2003. – No 484. – С. 335 – 341.

2. *Жигалкевич, Ж.М.* Інформаційні технології в управлінні підприємством / Ж.М. Жигалкевич, А.С. Оношко // Сучасні підходи до управління підприємством: Збірник тез доповідей VII Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю, 28 квітня 2016 р. —К: Вид-во «Політехніка», 2016. —104 с. — С. 23.