

Греченко Р. І., магістр

Ілляшенко К. В., к. е. н., доцент кафедри «Облік та оподаткування»

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

ruslan.grechenko@gmail.com

ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ

Інформаційно-аналітичне забезпечення управління підприємства можна визначити як комплекс заходів, засобів і методів, який забезпечує систему необхідною інформацією шляхом збору, реєстрації, передачі, зберігання, опрацювання і надання інформації для прийняття необхідних управлінських рішень. Ефективне функціонування системи інформаційноаналітичного забезпечення на підприємстві можна забезпечити шляхом створення в загальній організаційній структурі підприємства єдиного центра управління інформацією, який має слідкувати за формуванням цілісної системи аналітичного забезпечення та ефективним впливом використаної інформації на загальний результат діяльності підприємства.

Обліково-аналітична система управління - це система, що передбачає облікову, аналітичну та контрольні підсистеми, котрі базуються на обліковій і позаобліковій інформації, що дає змогу забезпечити необхідною інформацією не тільки поточне, оперативне, а й стратегічне управління підприємством. Базовою основою, безсумнівно, є обліково-аналітична підсистема, тому що саме в ній формується і обробляється інформація, яка використовується для аналізу і контролю.

Інформаційне забезпечення управління - це зв'язок інформації з системами управління підприємством і управлінськими процесами в цілому. Воно може розглядатися не лише в комплексі, охоплюючи всі функції управління, але і за окремими управлінськими напрямками. Це дає можливість виділити специфічні моменти, притаманні інформаційному забезпеченню функціонального управління, водночас розкриваючи його загальні властивості, що дає можливість глибше спрямовувати дослідження. Інформаційна система підприємства, як правило, охоплює всі сфери його діяльності: адміністративну, виробничу, фінансову, виступає як сполучна ланка при виробленні стратегії бізнесу і якості управління підприємством і персоналом. У ній містяться відомості, що стосуються планів, стану матеріальних і фінансових потоків, договірної діяльності, дані фінансового і управлінського обліку.

Процес інформаційно-аналітичного забезпечення в основному двокомпонентний і включає збір та аналіз інформації. Інформаційно-аналітичну роботу розуміють як діяльність, пов'язану зі збором і обробкою відкритої інформації, формуванням відповідних інформаційних документів та наданням їх керівництву суб'єкта господарювання. Тобто інформаційно-аналітична робота - це насамперед діяльність у середовищі відкритої інформації, причому діяльність, пов'язана зі збором інформації, її обробкою та формуванням відповідних інформаційних документів. Кінцевим етапом інформаційноаналітичної роботи є інформування керівництва суб'єкта господарювання [3].

Менеджмент повною мірою використовує об'єктивну та своєчасну інформацію, що збирається, опрацьовується, зберігається та поширюється з допомогою сучасних наукових методів і технічних засобів. Зараз це об'єктивна необхідність, обумовлена вимогами ринку адекватно реагувати на проблеми, що виникають в обстановці, яка динамічно розвивається. Потрібно не тільки володіти своєчасною і точною інформацією, а й осмислювати її, робити необхідні висновки і результативно впроваджувати в управлінських рішеннях. Звідси необхідність присутності інформаційної складової в управлінні очевидна, оскільки вона є основою всього управлінського процесу [5].

Сьогодні існує проблема недостатнього інформаційноаналітичного забезпечення прийняття управлінських рішень. Наявні розробки не регламентують та розкривають

механізм формування інформаційно-аналітичного забезпечення менеджменту на рівні діяльності господарюючого суб'єкта. Насамперед виникає необхідність організаційно-функціональної збалансованості та векторизації інформаційно-аналітичного забезпечення процесу управління.

Існує потреба в удосконаленні аналітичної інформації для управління економічною вартістю публічних компаній. Наявні системи обліку та аналізу не сприяють в повному обсязі забезпеченням необхідної інформації, тому компанії потребують розробки системи аналітичного забезпечення, орієнтованої на управління вартістю бізнесу. Удосконалення інформаційного забезпечення аналізу вимагає розробки автоматизованої системи управлінського обліку та звітності на базі єдиної інтегрованої інформаційної системи управління. Основна мета автоматизації систем управлінського обліку та аналізу підприємства - здатність оперативно і своєчасно приймати обґрунтовані управлінські рішення. Існує три основних варіанти вирішення проблеми впровадження інформаційних систем у аналітичну діяльність на підприємстві.

Саме тому до основних напрямів вдосконалення інформаційного забезпечення аналізу управлінської діяльності слід віднести наступні:

- вивчення періодичності руху документів, оскільки неритмічне надходження документів створює напруженість в обробці та використанні;
- впровадження автоматизованих інформаційних технологій в процесі проведення управлінського аналізу дають змогу скоротити терміни обробки аналітичних даних (при цьому підвищується оперативність аналізу), підвищити якість і достовірність обробки даних за рахунок повного охоплення впливу факторів, удосконалити організацію праці аналітичних працівників, знизити трудомісткість і вартість аналітичного процесу;
- дослідження ступеня аналітичності інформації;
- вивчення інформаційної взаємозв'язку аналітичних завдань, що дає змогу усунути дублювання інформації і встановити доцільну черговість їх вирішення;
- складання форм внутрішньої бухгалтерської звітності.

Необхідність формування системи інформаційно-аналітичного забезпечення управління виявляється на кожній з стадій прийняття рішень: попереднє вивчення господарських явищ і процесів, аналіз реального стану діяльності господарства, вибір варіантів господарських процесів, оцінка відповідності економічного аспекту в підготовлених варіантах рішень іншим аспектам управління, узагальнення або синтез результатів аналізу обґрунтування управлінських рішень і аналіз отриманих результатів [2]. Таким чином, удосконалення системи інформаційно-аналітичного забезпечення надасть такі результати:

- економія витрат за рахунок зниження фонду заробітної плати, комунальних послуг, вартості програмного забезпечення, витрат на пошту, оформлення договорів, перерозподіл сировини і ресурсів;
- усунення можливих розтрат у майбутньому, запобігання неочікуваному збільшенню чисельності персоналу, зменшення вимог до опрацювання даних, зниження вартості обслуговування;
- нематеріальна користь: покращення якості інформації, підвищення продуктивності, покращення і прискорення обслуговування, нові виробничі потужності, більш упевнені рішення, покращення контролю, зменшення прострочених платежів, повне використання програмного забезпечення.

Отже, інформаційно-аналітичне забезпечення управління діяльністю підприємства є комплексом організаційно-функціональних засобів формування та обробки інформаційних потоків всіх підсистем менеджменту, орієнтований на ефективне використання потенціалу суб'єкта господарювання з одночасним отриманням соціально-економічних та інших вигід. Від точності одержуваних у процесі аналізу результатів залежить правильність та адекватність прийняття управлінських рішень, тому застосування інформаційних технологій підвищує ефективність аналітичної роботи. Роль інформаційного ресурсу в управлінні

підприємством полягає не тільки в інформаційній підтримці аналізу, але і в нових можливостях управління. Слід відзначити недостатню кількість розробок щодо інформаційного забезпечення аналізу підприємств. Тому однією з найважливіших управлінських завдань на підприємстві постає створення раціонально організованого потоку інформації.

Список використаної літератури

1. Бруханський Р. Ф. Аналіз вимог системи стратегічного менеджменту до побудови стратегічноорієнтованої системи бухгалтерського обліку. Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2014. № 1. С. 163-169.
2. Гнилицька Л. В. Обліково-аналітична інформація як визначальний чинник забезпечення економічної безпеки суб'єктів господарювання. Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. 2011. №3 (157). С. 57-65.
3. Івахненко С. В. Інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку : [наукове видання]. Житомир : ПП «Рута», 2009. 416.
4. Савчук В.К. Економічний аналіз діяльності підприємств і організацій АПК: Автореферат дис...д.е.н., / Український державний аграрний університет. – Київ, 1994. – 51с.
5. Лазаришина І.Д. Економічний аналіз в Україні: історія, методологія, практика: монографія. Рівне : НУВГП, 2005. 369 с.

*Зінькова С.В., студентка
Городняк І. В., к.соц.н.,
доцент кафедри маркетингу*

*Львівський національний університет імені Івана Франка
svetazinkova12@gmail.com*

ВЕБ-АНАЛІТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОЇ ОЦІНКИ МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ КОМПАНІЇ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

З розвитком цифрових технологій велика частка бізнесу почала розвиватися в мережі Інтернет. Сьогодні важко знайти компанію, яка б не мала сайту або сторінки у соціальній мережі. Навіть, про ті підприємства, які працюють виключно офлайн, часто є хоча б якась інформація на веб-ресурсах. Фірми, які не мають жодного зв'язку з інтернет-середовищем втрачають можливість залучати нових споживачів, розширювати свою діяльність, інформувати ринок про нові товари та пропозиції.

У зв'язку із цими тенденціями, щоб залишатися конкурентоспроможним в Інтернеті недостатньо мати лише сайт чи сторінку в соціальних мережах, необхідно постійно проводити різні маркетингові заходи: таргетингова реклама, ремаркетинг, наповнення ресурсу якісним контентом, SEO-просування тощо. Для того, щоб вони приносили прибуток та були ефективними, необхідно постійно їх оцінювати, аналізувати те, як реагує на них цільова аудиторія, щоб в подальшому скоригувати або ж повністю розробити нові маркетингові кампанії та стратегії. Оптимальним інструментом для цього є веб-аналітика.

Дослідженням системи веб-аналітики як інструменту оцінки ефективності маркетингових заходів займалися такі вчені, як: Д. Меліхов та І. Сарматов, батько сучасної реклами Дж. Ванамейкер, а також практики та професіонали у сфері сучасного маркетингу: SEO-спеціаліст агентства Netreak А. Кирилов, засновник «Школи Вебаналітики» А. Осіпов, інтернет-маркетолог М. Солодар та інші.

Веб-аналітика – це відстеження шляху покупця від першого контакту з товарами бренду до купівлі та використання отриманих даних для аналізу ефективності маркетингових заходів [2]. Творець першого в світі універмагу «Oak Hall», батько сучасної реклами Джон