

**ІНФОРМАЦІЯ В КОНТРОЛІНГУ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ***М.В. Тарасюк, канд. екон. наук**Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ*

*У статті наведено результати дослідження сучасних наукових праць із проблем створення систем інформаційного забезпечення та обґрунтовано на цій основі авторське визначення терміна «інформація в контролінгу торговельних мереж», встановлено особливості контролінгової інформації, розроблено класифікацію інформації контролінгу в торговельних мережах та визначено ряд ключових вимог до неї.*

**ВСТУП**

Під контролінгом слід розуміти управлінську технологію, що забезпечує досягнення місії та стратегічних цілей підприємства, охоплює усі напрями діяльності, бізнес-процеси та бізнес-об'єкти, дозволяє здійснювати ефективне управління суб'єктом підприємництва не тільки в реальному режимі часу, а й його майбутньою діяльністю, а також сприяє розвитку комунікацій на підприємстві завдяки створенню відповідної системи інформаційного забезпечення, сервісній підтримці реалізації усіх управлінських функцій, вивченню та поширенню позитивного досвіду управління, дослідженню і синтезу передових теоретичних наукових напрацювань у сфері менеджменту, маркетингу, економіки, фінансів, аналізу, логістики, інвестицій, інновацій та ін.; постійному моніторингу ключових показників діяльності підприємства, яка здатна до адаптування, саморозвитку та самовдосконалення, що забезпечується прямим підпорядкуванням служби контролінгу вищому менеджменту підприємства та незалежністю від керівників нижчих рівнів.

У свою чергу, в управлінні торговельними мережами контролінг слід розуміти як сучасну управлінську технологію, головна увага якої сконцентрована на ефективному інформаційному забезпеченні, принципах маркетинг-орієнтованого управління, специфічному наборі кількісних та якісних показників, особливому методичному інструментарії, застосуванні методологічного інструментарію дослідження та планування показників діяльності суміжних сфер економіки, забезпеченні самоокупності, гнучкості та самостійності усіх елементів торговельної мережі з акцентом на зовнішні та внутрішні логістичні системи, ефективність використання торговельних площ, а також на забезпеченні належного рівня фінансового стану.

Таким чином, ефективне функціонування контролінгу в управлінні суб'єктами господарювання, в тому числі й торговельними мережами, потребує відповідного інформаційного забезпечення. Основним ресурсом, що споживається службою контролінгу торговельної мережі в ході виконання нею своїх функцій, є інформація. Отже, від якості цього ресурсу залежить якість висновків та управлінських звітів, що готуються для менеджерів, які, у свою чергу, впливають на управління суб'єктом мережевого торговельного підприємництва в цілому.

Ураховуючи вищенаведене, створення ефективної системи інформаційного забезпечення контролінгу в управлінні торговельними мережами потребує передусім якісної інформації, якій притаманні певні особливості, розрізняється за багатьма класифікаційними ознаками та повинна відповідати низці вимог.

Окремі напрацювання з питань інформаційного забезпечення контролінгу в управлінні знайшли відображення в працях вітчизняних і російських науковців, зокрема: О.О. Ананькіної, Н.Г. Данілочкіної, О.М. Кармінського, О.А. Каверіної, І.І. Оленевої, С.Н. Петренко, М.С. Пушкаря, В.П. Савчука, Л.А. Сухаревої, С.Г. Фалька, Н.П. Шульги

та ін. Серед зарубіжних науковців особливо цікавими є роботи А. Дайле, Й. Вебера, Е. Майера, Р. Манна, Д. Хана, П. Хорвата та ін.

Грунтовно розглянуті питання створення систем інформаційного забезпечення та формування якісної інформації для управління, в тому числі й контролінгу, в роботах Ю.В. Орлова, С.Н. Петренко, Л.А. Сухаревої, А.І. Орлова, В.О. Новака, Л.Г. Макаренко, М.Г. Луцького, М.Г. Твердохліба, В.Л. Плескач, Ю.В. Рогушиної, Н.П. Кустової, Л.Д. Дідковської, П.Л. Гордієнко, С.В. Мельниченко та інших.

У розглянутих наукових працях практично відсутній системний підхід до дослідження проблем формування якісної інформації для контролінгу в управлінні суб'єктами господарювання торговельної сфери, зокрема торговельними мережами.

### ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Мета статті полягає в дослідженні сучасних наукових праць із проблем створення систем інформаційного забезпечення та обґрунтування на цій основі авторського визначення терміна «інформація в контролінгу торговельних мереж», встановлення особливостей контролінгової інформації, розроблення класифікації інформації контролінгу в торговельних мережах та визначено ряд ключових вимог до неї.

### РЕЗУЛЬТАТИ

Сучасний етап розвитку суспільства дозволяє характеризувати його як інформаційне. Перехід суспільства до інформаційних технологій вводить в обіг інформаційні ресурси та підвищує вимоги до їх якості. Жодна сфера діяльності не може на сьогодні функціонувати не тільки без виробничих ресурсів та технологій, але і без інформаційних [1]. Основним ресурсом, що споживається контролінгом, є інформація, отже, дослідження проблем інформаційного забезпечення контролінгу є важливим науковим завданням.

Ефективність реалізації функцій контролінгу в управлінні торговельними мережами залежить від якості інформаційного забезпечення, а також від того, наскільки оперативною та достовірною буде інформація, що надходить до служби контролінгу. С.Н. Петренко, Л.А. Сухарева [2] зазначає, що успішне функціонування контролінгу базується на дослідженні різноманітної інформації, необхідної для відповідних управлінських рішень. Крім того, знання основ інформаційного забезпечення дозволить сформулювати оптимальну схему руху інформаційних потоків контролінгу в інформаційній системі суб'єкта господарювання. Аналогічної точки зору дотримується І.І. Орлов [3], який наголошує на тому, що інформаційна підтримка контролінгу необхідна для успішної роботи контролера.

З іншого боку, завданням створення та функціонування системи інформаційного забезпечення контролінгу в управлінні торговельними мережами є унеможливлення надлишку інформації. Оскільки надлишкові обсяги інформації, які кожного дня можуть надходити до служби контролінгу, унеможливають її ефективну обробку, роблячи практично неможливою ефективне функціонування контролінгу. Отже, при проектуванні системи інформаційного забезпечення контролінгу слід чітко враховувати інформаційні потреби контролерів суб'єкта мережевого торговельного підприємства.

Важливість дослідження проблем інформаційного забезпечення контролінгу в управлінні торговельними мережами полягає також у тому, що на сьогодні інформацію характеризують як важливий ресурс, який є сукупністю повідомлень, що відображують конкретний стан об'єкта або явища, події або виробничо-господарської діяльності [4, 5, 6]. В.Л. Плескач, Ю.В. Рогушина та Н.П. Кустова [7] ставлять інформацію в один рядок із такими важливими ресурсами суспільства,

як нафта, газ, корисні копалини. Деякі дослідники, вважають, що інформація в умовах ринкової економіки є одним з основних товарів [8].

Колектив авторів під керівництвом А.Н. Азріліяна [9] вказують на те, що інформація має певну вартість, яка містить у собі витрати часу керівників та підлеглих на її збирання та обробку, а також витрати пов'язані з аналізом ринку, оплатою роботи обчислювальних машин, використанням послуг зовнішніх консультантів та інше. Отже, інформація є важливим ресурсом, що має певну вартість та споживається під час здійснення будь-якої діяльності підприємства, в тому числі й у сфері контролінгу.

Інформація в контролінгу торговельних мереж як важливий ресурс має певні особливості порівняно з іншими видами ресурсів. Серед основних особливостей контролінгової інформації можливо навести такі:

- у процесі використання контролінгова інформація не втрачає своєї корисності одночасно, а поступово переносить свою вартість на результат функціонування контролінгу та управлінської діяльності;

- обіг контролінгової інформації в торговельних мережах здійснюється за захищеними каналами за допомогою спеціальних засобів її поширення та збереження;

- контролінгова інформація насичена суб'єктивними моментами (оцінки, думки, узагальнення, досвід контролерів та інше);

- інформація контролінгу торговельних мереж може містити необ'єктивні дані про дійсний стан об'єкта контролінгу, що може бути спричинений чутками, стереотипами, забобонами та іншим;

- контролінгова інформація торговельної мережі сприяє підвищенню участі всього персоналу та менеджерів суб'єкта мережевого торговельного підприємства в управлінні;

- значна частина інформації служби контролінгу має апріорний характер, тобто містить попередні дані, що використовуються керівництвом для прийняття рішень;

- різні види інформації служби контролінгу повинні мати певні режими доступу залежно від рівнів менеджменту задля унеможливлення порушення комерційної таємниці торговельної мережі.

Найбільш повне визначення сутності терміна «інформація» наведено в роботі С.В. Мельниченко [10]. Дослідниця на підставі уніфікації різних тлумачень терміна «інформація» пропонує власне його визначення – відомості про об'єкти і суб'єкти навколишнього середовища, їх кількісні та якісні характеристики, які сприймають різні інформаційні системи в процесі своєї життєдіяльності та обмінюються ними. Зацікавлює в цьому підході те, що автор відносить до інформації відомості не тільки про об'єкти, але й про суб'єкти, а також встановлення органічного взаємозв'язку між інформацією та інформаційними системами, які забезпечують збирання, передавання та зберігання інформаційних даних.

Узагальнюючи інші сучасні наукові погляди на сутність інформації [9, 11 та ін.], можна сформулювати таке визначення терміна «інформація в контролінгу торговельних мереж» - сукупність відомостей про стан об'єктів контролінгу в суб'єктах мережевого торговельного підприємства, а також про результати діяльності суб'єктів контролінгової діяльності.

В економічній системі підприємств, у тому числі й торговельних мереж, обертається велика кількість різноманітної інформації, яка для спрощення її вивчення підлягає групуванню за певними ознаками. Найбільш повним є підхід до класифікації інформації наведений у праці О.Д. Каверіної [12]. Узагальнюючи напрацювання дослідниці та ряду інших наукових праць [8, 10, 13], а також враховуючи сутність контролінгу та особливості мережевого торговельного бізнесу, можна

запропонувати класифікацію інформації в контролінгу торговельних мереж за такими ознаками:

- за рівнями управління (для власників, для менеджерів вищого рівня, для менеджерів середнього рівня, для менеджерів нижчого рівня);
- за елементами організаційної та фінансової структури торговельної мережі (по мережі в цілому, за певними бізнес-об'єктами, за певними підрозділами, за центрами фінансової відповідальності, за місцями виникнення витрат, за місцями виникнення доходів та інше);
- за функціональними напрямками менеджменту (фінансова, кадрова, інноваційна, торговельна, маркетингова, інвестиційна та ін.);
- за джерелом отримання (зовнішня, внутрішня);
- за стадіями створення (первинна, вторинна);
- за рівнем юридичної доказовості (інформація, що має юридичну силу, інформація, що не має юридичної сили);
- за ступенем унікальності (рутинна, новаторська);
- за видом носія (електронна, паперова);
- за технікою формування (автоматизована, ручна);
- за рівнем невизначеності (детермінована, ймовірнісна);
- за методом формування (на основі кількісних методів, на основі евристичних методів);
- за функціональною ознакою (нормативно-довідкова, планова, облікова, контрольна, аналітична та ін.);
- за рівнем цілепокладання (стратегічна, тактична, оперативна);
- з позицій технологій розв'язання завдань контролінгу (вхідна, вихідна);
- за часом використання (прогнозна, нормативна, регламентуюча);
- за тривалістю часу зберігання (умовно-змінна, умовно-постійна);
- за формою передачі (семантична, невербальна);
- відношення до предмета дослідження (основна, допоміжна).

Існуючий перелік класифікаційних ознак інформації в контролінгу торговельних мереж можна доповнити ще декількома:

- за ключовими аспектами управління (інформація про прийняті управлінські рішення, інформація про вирішення проблем, інформація про коригування поведінки співробітників торговельної мережі);
- за формою контролінгу (інформація зовнішнього контролінгу, інформація самоконтролінгу, інформація контролінгу, організованого у формі аутсорсингу, інформація контролінгу, організованого у формі аутстафінгу).

Ураховуючи результати досліджень ряду наукових праць, присвячених дослідженню проблем інформаційного забезпечення [14 - 17], можна визначити ряд ключових вимог до інформації, яка необхідна для ефективного функціонування контролінгу в управлінні торговельними мережами:

- *достовірність (точність)* – інформація повинна із заданим рівнем точності відображати параметри функціонування певного об'єкта;
- *корисність* – використання контролерами певної інформації повинно сприяти підвищенню ефективності їх діяльності;
- *своєчасність* – інформація, що надходить до служби контролінгу, повинна бути оперативною, об'єктивно відображати стан об'єкта контролінгу на певний момент часу, чим забезпечуються об'єктивність та ефективність контролінгової діяльності в торговельній мережі;
- *достатність* – кількість інформаційних даних повинна бути достатньою для прийняття службою контролінгу ефективних рішень та здійснення об'єктивних аналітичних висновків;

- *доступність* – легкість отримання інформації, її обробки та розуміння;
- *однозначність (чіткість)* – інформація повинна надходити до контролерів у такому вигляді, щоб унеможливити її розуміння та тлумачення по - різному;
- *періодичність* – інформація до служби контролінгу повинна надходити із заданою періодичністю, оскільки параметри функціонування певних об'єктів контролінгу змінюються із плином часу;
- *умісність* – відповідність інформації вимогам конкретних контролерів;
- *релевантність* – інформація, яка надходить до служби контролінгу, повинна бути суттєвою для вирішення конкретного завдання;
- *зіставність* – ефективне функціонування системи інформаційного забезпечення контролінгу в управлінні торговельними мережами передбачає забезпечення порівняння інформаційних даних різних звітних періодів, для цього інформація повинна бути представлена в зіставному вигляді, що завчасно заданий її користувачами;
- *адресність* – раціональний розподіл інформації за користувачами (відділами, менеджерами) з метою її ефективного та оперативного споживання;
- *кодованість* – для зручності роботи з інформацією доцільно забезпечити можливість її кодування, чим забезпечуватиметься її захист від несанкціонованого використання та спрощуватиметься її проходження в системі інформаційних потоків торговельної мережі;
- *електронізація* – можливість забезпечення обігу інформаційних даних у системі інформаційно-телекомунікаційної інфраструктури.

#### **ВИСНОВКИ**

Інформація в контролінгу торговельних мереж є важливим ресурсом, якому притаманні певні особливості порівняно з іншими видами ресурсів. Під інформацією в контролінгу торговельних мереж слід розуміти сукупність відомостей про стан об'єктів контролінгу в суб'єктах мережевого торговельного бізнесу, а також про результати діяльності суб'єктів контролінгової діяльності.

Контролінгова інформація торговельних мереж, як і будь-яка інша інформація, може бути класифікована за багатьма ознаками. В ході дослідження вдалося визначити дві додаткові ознаки, за якими можна класифікувати інформацію в контролінгу торговельних мереж: за ключовими аспектами управління та за формою контролінгу.

Автором обґрунтовано ряд ключових вимог до інформації в контролінгу торговельних мереж, серед яких: достовірність, корисність, своєчасність, достатність, доступність, однозначність, періодичність, релевантність, зіставність та інші.

У ході подальших наукових досліджень необхідно визначити сутність та особливості системи інформаційного забезпечення торговельної мережі в цілому, а також обґрунтувати її основні структурні елементи.

#### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ**

1. Орлов Ю.В. Использование информационных технологий и систем для повышения эффективности управления бизнес-процессами организации / Ю.В. Орлов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2007. - № 5. – С. 31-40.
2. Петренко С.Н., Сухарева Л.А. Контроллинг: учеб. пособ. / С.Н. Петренко, Л.А. Сухарева. – Донецк:ДонГУЭТ, 2003. – 365 с.
3. Орлов А.И. Высокая статистика. Высокие статистические технологии и эконометрика в контроллинге / А.И. Орлов. – Российское предпринимательство. – № 5.– 2001.– С. 91-93.

4. Новак В.О. Інформаційне забезпечення менеджменту: навчальний посібник / В.О. Новак, Л.Г. Макаренко, М.Г. Луцький. – К.: Кондор, 2006. – 462 с.
5. Твердохліб М.Г. Інформаційне забезпечення менеджменту: навч. посібник / М.Г. Твердохліб. – К.: КНЕУ, 2000. – 208 с.
6. Бармаков Б. Роль інформаційного забезпечення в управленні компанією / Борис Бармаков // Управление компанией. – 2007. - № 2. – С. 55-62.
7. Плескач В.Л. Інформаційні технології та системи: підруч. для студ. екон. спец. / В.Л. Плескач, Ю.В. Рогошина, Н.П. Кустова. – К.: КНИГА, 2004. – 520 с.
8. Дідковська Л.Д. Менеджмент : навч. посіб. / Л.Д. Дідковська, П.Л. Гордієнко. – К.: Алеута, КНТ, 2007. – 516 с.
9. Большой экономический словарь / авт. и сост. А.Н. Азрилиян и др.]. – 7-е изд., доп. – М.: Инт нов. экон., 2008. – 1472 с.
10. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: монографія / С.В. Мельниченко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. – 493 с.
11. Экономический и юридический словарь / авт. и сост. А.Н. Азрилиян и др.]. – М.: Ин-т нов. экон., 2004. – 1088 с.
12. Каверина О.Д. Управленческий учет: системы, методы, процедуры / О.Д. Каверина. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 352 с.
13. Кірейцев Г.П. Фінансовий менеджмент / Г.П. Кірейцев. – Житомир:ХІТІ, 2001. – 440 с.
14. Менеджмент для магистров: учеб. пособие / А.А. Епифанова, С.Н. Козьменко, А.І. Андронов / под ред. проф. А.А. Епифанова, проф. С.Н. Козьменко. – Сумы: ИТД «Унив. кн.», 2003. – 762 с.
15. Шульга Н.П. Банківський контролінг: теорія, методологія, практика / Н.П. Шульга. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2004. – 326 с.
16. Лафт Р.Л. Менеджмент / Р.Л. Лафт. – СПб.: Питер, 2002. – 832 с.
17. Мартюшев О.О. Інформаційно-аналітичне забезпечення системи стратегічного планування комерційного банку / О.О. Мартюшев // Фінанси України. – 2005. – № 3. – С. 101-106.

*Надійшла до редакції 14 липня 2009 р.*