

УДК 004.18.12.3

СИСТЕМА ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ХАРЧОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Герасименко В.М., старший викладач (НАНГУ)

У даній статті подано технологію розроблення системи інформаційного забезпечення менеджменту харчового підприємства. В роботі виділяються основні види інформаційних ресурсів як складових компонент системи інформаційного забезпечення менеджменту харчового підприємства. В роботі окремо проаналізовано основні інформаційні можливості працівника, який виконує функції окремого бізнес-процесу в умовах харчового підприємства. Запропоновано перелік і склад основних етапів і процедур методу формування системи інформаційного забезпечення менеджменту харчового підприємства.

Ключові слова: менеджмент, харчове підприємство, інформаційне забезпечення, бізнес-процес, працівник, можливості

СИСТЕМА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ МЕНЕДЖМЕНТА ПИЩЕВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Герасименко В.Н., старший преподаватель (НАНГУ)

В данной статье представлена технология разработки системы информационного обеспечения менеджмента пищевого предприятия. В работе выделяются основные виды информационных ресурсов как составляющих компонент системы информационного обеспечения менеджмента пищевого предприятия. В работе отдельно проанализированы основные информационные возможности работника, который выполняет функции отдельного бизнес-процесса в условиях пищевого предприятия. Предложен перечень и состав основных этапов и процедур метода формирования системы информационного обеспечения менеджмента пищевого предприятия.

Ключевые слова: менеджмент, пищевое предприятие, информационное обеспечение, бизнес-процесс, работник, возможности

SYSTEM OF INFORMATION SECURITY MANAGEMENT OF FOOD ENTERPRISE

Gerasimenko V., Senior Lecturer (NANGU)

In this article technology of development of information support system of management of food enterprise is presented. In the article, the information support system for food business management is considered as a functional strategy, along with other functional strategies - personnel development, marketing, technological strategy. Attention is emphasized that the system of information support of management of food enterprise should overcome a kind of double helix of transformation: market transformation of internal and external business environment and transition to business processes in which the material component in the

structure of production is inferior to the primacy of information. It is stated that all components of the enterprise strategy are determinants of the management information support system or act as a basis for forming the criteria of the strategy of development of information resources as a whole or its individual components. The main types of information resources as components of the information support system of food business management are highlighted in the work. Such resources are specific (technological) information resources that are used directly to perform functions, operations, and business processes. Also, these resources are non-specific (developing) information resources that are used to empower individual employees, units and the organization as a whole. The main information opportunities of an employee who performs the functions of a separate business process in a food enterprise are analyzed separately. The article states that the system of information support of food enterprise management can be of two types: the system of increasing the intensity of use of information resources and the system of increasing the role of information resources of the food enterprise.

Keywords: *management, food business, information support, business process, employee, opportunities*

Постановка проблеми. Формування єдиного світового інформаційного простору на базі мережі Інтернет стимулює активний перехід від індустріальної економіки до інформаційної економіки, для якої характерно наростання процесів інформатизації та віртуалізації у всіх сферах економіки. В основі постіндустріального інформаційного суспільства лежить поширення інформаційних технологій безперервним впровадженням інновацій у світовому масштабі. Економіка інформаційного суспільства використовує чотири основні ресурси: праця, капітал, свободу суб'єкта економічної діяльності, а також інформаційний ресурс, який відображає оновлювані теоретичні знання, відомості та практичні навички людей. Такі процеси найбільш активно протікають в галузі інформаційних технологій і в багатьох наукомістких галузях. Харчова промисловість теж не є винятком в цьому аспекті, адже ефективне управління харчовими підприємствами передбачає наявність збалансованої і науково обґрунтованої системи інформаційного забезпечення.

Система інформаційного забезпечення менеджменту харчового підприємства повинна долати свого роду подвійну спіраль трансформації: ринкова трансформація внутрішнього і зовнішнього бізнес-середовища і перехід до бізнес-

процесів, в яких матеріальна складова в структурі виробництва поступається першістю інформаційній. Комп'ютеризація бізнес-процесів в свою чергу веде до різкого зростання ролі персоналу підприємств, його інтелектуального та кваліфікаційного потенціалу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У роботах [1-5] аналізуються особливості інформації і інформаційного ресурсу як економічної категорії і як нової складової здійснення комерційної діяльності, виділяються специфічні риси його як фактора виробництва підприємства, аналізується механізм їх формування. В наукових статтях [6,7] формуються методики створення інтерфейсу комп'ютерних систем інформаційного забезпечення. Питання якості інформаційного забезпечення підіймаються в дослідженнях [8, 9, 10].

Виділення невирішених частин загальної проблеми. Однак до теперішнього часу в публікаціях не представлений цілісний підхід до формування та реалізації системи інформаційного забезпечення менеджменту харчового підприємства.

Метою даної статті є розроблення системи інформаційного забезпечення менеджменту харчового підприємства.

Викладення основного матеріалу дослідження. Перше завдання при розробці

системи інформаційного забезпечення менеджменту харчового підприємства - це визначення реальних потреб і побажань менеджера.

З точки зору поняття архітектури будемо виділяти два види інформаційних ресурсів (ІР) як складових компонент системи інформаційного забезпечення менеджменту харчового підприємства:

- специфічні (технологічні) інформаційні ресурси - ІР використовуються безпосередньо для виконання функцій, операцій, бізнес-процесів. Такі ресурси є специфікованими для конкретної технології харчової промисловості (наприклад, виписка рахунку, оформлення контракту, розробка специфікацій до обладнання харчової промисловості);

- неспецифічні (розвиваючі) інформаційні ресурси - ІР використовуються для розширення можливостей та компетенції окремих працівників, підрозділів та організації в цілому. Ці інформаційні ресурси не є ресурсами необхідними і достатніми для виконання функцій, операцій, бізнес-процесів, а носять характер інструменту їх розвитку.

Інформація, що виникає в одному з бізнес-процесів харчового підприємства, перетворюється в інформаційний ресурс в момент готовності використання її в будь-яких інших бізнес-процесах [11]. У той же час створений в ході реалізації деякого бізнес-процесу інформаційний ресурс може бути не затребуваний ні в жодному іншому бізнес-процесі. У цьому випадку ми можемо говорити про свого роду, "ліквідність інформаційного ресурсу".

З іншого боку, відсутність затребуваності певного фрагмента інформаційного ресурсу може бути пов'язано з тим, що працівник, який виконує функції бізнес-процесу, може:

• або не знати іншого способу реалізації функції, де можна було б використовувати додатковий інформаційний ресурс;

• або не мати мотивації до використання такого додаткового інформаційного ресурсу в реалізації функції, так як це вимагає, наприклад, додаткових зусиль і витрат часу

• або працівник може не мати відомостей про існування такого роду інформаційного ресурсу.

Система інформаційного забезпечення менеджменту харчового підприємства може розглядатися як функціональна стратегія, поряд з іншими функціональними стратегіями - розвитку персоналу, маркетингу, технологічної стратегії. Всі компоненти стратегії підприємства є детермінантами системи інформаційного забезпечення менеджменту або виступають в якості основи для формування критеріїв стратегії розвитку інформаційних ресурсів в цілому або окремих її складових.

Метод формування системи інформаційного забезпечення менеджменту харчового підприємства передбачає виконання наступних етапів і процедур.

1. Формування стратегії розвитку харчового підприємства. Виділення детермінантів стратегії критично важливих з точки зору інформаційних ресурсів.

2. Формування сховища модулів інформаційних ресурсів (і в подальшому його постійне поповнення після початкового формування). Репозитарій є сховищем описів різнорідних за своєю структурою і обсягом модулів інформаційних ресурсів.

3. Формування стратегії розвитку інформаційного забезпечення по одній з схем: від потенційних модулів ІР до функцій і підпроцесів бізнес-процесів через відповідні категорії персоналу і групи однорідних робочих місць; від функцій і підпроцесів бізнес-процесів до потенційних модулів ІР через відповідні категорії персоналу. Розробка програми розвитку інформаційного забезпечення як безлічі наборів-кортежів відповідних бізнес-процесів.

4. Формування стратегій і програм

розвитку інструментів і носіїв інформаційного забезпечення. До таких компонентів належать: інформаційні технології, фізична інфраструктура комунікацій (телекомунікаційне обладнання), які придбаваються підприємством, продукти інтелектуальної діяльності у постачальників сировини для харчової продукції, програми навчання та підвищення кваліфікації персоналу, підписка на періодичні видання, оплата консультаційних та аудиторських послуг; здійснення науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт, розробка та удосконалення програмного забезпечення, створення банків даних та систем підтримки прийняття управлінських рішень.

Система інформаційного забезпечення менеджменту харчового підприємства може бути двох типів: система підвищення інтенсивності використання інформаційних ресурсів і система підвищення ролі інформаційних ресурсів харчового підприємства.

Перша група містить в собі стратегії, які передбачають переважно дослідження інформаційних ресурсів шляхом аналізу ринку більш наукоємних товарів і послуг. В цьому випадку напрямком стратегії використання інформаційних ресурсів є удосконалення і торгівля безпосередньо об'єктами інформаційних ресурсів або так звана стратегія повторного використання інформаційних ресурсів. Отже, стратегія включає в себе рішення про покупку, створення, ліцензування і продаж інформаційних ресурсів як інтелектуальної власності.

В рамках даної групи стратегій можуть бути виділені приватні стратегії. Наприклад, харчове підприємство має інформаційні ресурси, представлені як інтелектуальні активи, нові розробки продуктів, технологій, патентів, ноу-хау. Підприємство може вибрати різні стратегії: стратегію збереження інформації про ІР в суворій секретності; стратегію максимального поширення інформації про наявність у підприємства відповідних ІР.

Друга група містить в собі стратегії, які базуються на положенні про те, що інформаційні ресурси стають більш важливими для підприємств, ніж матеріальні ресурси. Такі стратегії спрямовані на використання інформаційних ресурсів з метою збільшення доходів, одержуваних у результаті експлуатації фізичних і фінансових ресурсів підприємства. В цьому випадку інформаційні ресурси стають інструментом, який сприяє зростанню ефективності діяльності підприємства. Такі стратегії управління інформаційними ресурсами найбільш ефективні для харчових підприємств з високою питомою вагою матеріальних активів.

Висновок. Таким чином у даному дослідженні запропоновано технологію створення системи інформаційного забезпечення менеджменту харчового підприємства.

У даній роботі науковою новизною виступає технологія інформаційного забезпечення менеджменту харчового підприємства.

У якості подальшого напрямку даного дослідження може виступати створення методичного підходу розвитку інформаційного забезпечення організації.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Пушкарь А.И., Грабовский Е.Н., Пономаренко Е.В. Стратегическое управление развитием электронного бизнеса и информационных ресурсов предприятия Х.: Изд-во ХНЭУ, 2005. 480 с.
2. Черкашина М. В. Розробка методики управління підготовкою персоналу для систем просування товарів в умовах постіндустріального суспільства. *ScienceRise*. 2019. -№ 2-3. -С. 28-31.
3. Соколовський С. А., Науменко М. О., Аналіз особливостей управління інформаційними потоками логістичних процесів підрозділів Національної гвардії України. *ScienceRise*. 2018. № 2. С. 19-21.

4. Hu C., Yang Z, Mingjing G. AHP and CA Based Evaluation of Website Information Service Quality: An Empirical Study on High-Tech Industry Information Center Web Portals//*Journal Service Science & Management*. 2009. № 3. P. 168–180 DOI: <https://doi.org/10.4236/jssm.2009.23020>

5. Martins P., Zacarias M. A Web-based Tool for Business Process Improvement//*International Journal of Web Portals*. 2017. Volume 9. Issue 1. P. 68 – 84 DOI: <https://doi.org/10.4018/IJWP.2017070104>

6. Brambilla M., Fraternali P. Large-scale Model-Driven Engineering of web user interaction: The WebML and WebRatio experience//*Science of Computer Programming*. Volume 89. Part B. 2014. P. 71-87 DOI: <https://doi.org/10.1016/j.scico.2013.03.010>

7. Грабовський Є. М. Проектування інтелектуального користувацького інтерфейсу систем підтримки електронного навчання. *Scientific Journal «ScienceRise»*. № 11(52). 2018. -С. 36-39

8. Martins P., Zacarias M. A Web-based Tool for Business Process Improvement//*International Journal of Web Portals*. 2017. Vol. 9. Issue 1. P. 68 – 84 DOI: <https://doi.org/10.4018/IJWP.2017070104>

9. Соколовський С. А., Науменко М. О., Черкашина М. В. Удосконалення управління трудовими ресурсами підприємства. *Бізнес Інформ*. 2015. № 3. С. 288-292.

10. Hrabovskyi Y. Methods of Assessment and Diagnosis of the Quality of Knowledge in E-Learning. *Journal of Communication and Computer*. 2015. № 12. – P. 286-296.

11. Каличева Н. Є. Роль інформаційних технологій у розвитку підприємств транспорту. *Проблеми міжнародних транспортних коридорів та корпоративної логістики: тези доповідей за матеріалами X Міжнар. наук.-прак. конф. (5-7 червня 2014 р, м. Харків)*. Харків: УкрДАЗТ. 2014. С. 100-101.

REFERENCES

1. Pushkar A.I., Grabovsky E.N., Ponomarenko E.V. (2005). *Strategy`cheskoe upravleny`e razvy`ty`em` elektronnoho by`znesa y` y`nformacy`onnix resursov predpry`yaty`ya* [Strategic Management of the Development of E-Business and Information Resources of Enterprise]/ Kharkiv: KhNPU Publishing House, 480 p. (in Ukrainian).

2. Cherkashina M. V. (2019) *Rozrobka metody`ky` upravlinnya pidgotovkoyu personalu dlya sy`stem prosuvannya tovariv v umovax postindustrial`nogo suspil`stva*. [Development of methods of management training of personnel for systems of promotion of goods in conditions of post-industrial society]. *ScienceRise*. Vol. 2-3, pp. 28-31.

3. Sokolovskyi S. A., Naumenko N. A. (2018). *Analiz osobly`vostej upravlinnya informacijny`my` potokamy` logisty`chny`x procesiv pidrozdiliv Nacional`noyi gvardiyi Ukrayiny*. [Analysis of peculiarities of management of information flows of logistic processes of units of the National Guard of Ukraine]. *ScienceRise*. No 2, pp. 19-21.

4. Hu C., Yang Z, Mingjing G. AHP and CA Based Evaluation of Website Information Service Quality: An Empirical Study on High-Tech Industry Information Center Web Portals//*Journal Service Science & Management*. 2009. № 3. P. 168–180 DOI: <https://doi.org/10.4236/jssm.2009.23020>

6. Brambilla M., Fraternali R. (2014). Large-scale Model-Driven Engineering of Web User Interaction: The WebML and WebRatio Experience // *Science of Computer Programming*. Vol. 89. Part B, pp. 71-87 DOI: <https://doi.org/10.1016/j.scico.2013.03.010>.

7. Grabovsky E. M. (2018). *Proektuvannya intelektual`nogo kory`stuvacz`kogo interfejsu sy`stem pidtry`mkuy` elektronnoho navchannya* [Designing the Intelligent User Interface of E-Learning Support Systems]. *Scientific Journal «ScienceRise»*. No. 11 (52), pp. 36-39

8. Martins P., Zacarias M. A (2017) *Web-based Tool for Business Process Improvement//International Journal of Web*

Portals. Vol. 9. Issue 1, pp. 68 – 84 DOI: <https://doi.org/10.4018/IJWP.2017070104>.

9. Sokolovsky S. A., Naumenko M. O., Cherkashina M. V. (2015). Udoskonalennya upravlinnya trudovy`my` resursamy` pidpry`yemstva. [Improvement of the management of labor resources of the enterprise]. *Business Inform.* No № 3, pp. 288-292.

10. Hrabovskyi Y. (2015). Methods of Assessment and Diagnosis of Knowledge Quality in E-Learning. *Journal of*

Communication and Computer. No. 12, pp. 286-296.

11. Kalicheva N. E. (2014). Rol` informacijny`x tehnologij u rozvy`tku pidpry`yemstv transportu. [The role of information technology in the development of transport enterprises]. *Problems of International Transport Corridors and Corporate Logistics: Abstracts on X International. Research Assistant Conf.* (June 5-7, 2014, Kharkiv). Kharkiv: UkrDAZT, pp. 100-101.

УДК 378.147: 658.8

ВИКОРИСТАННЯ ГЕЙМІФІКАЦІЇ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ INTERNET - КОМУНІКАЦІЙ

*Зибіна К.В., асистент,
Сиволовський І.М., студент (ХНУРЕ)*

У статті узагальнено закордонний і вітчизняний досвід застосування інструментів гейміфікації в сфері маркетингових Internet - комунікацій, у тому числі, в межах контент - маркетингу. Доведено, що досвід гейміфікації характерний лише для закордонних компаній, тому тема використання інструментів гейміфікації для українського бізнесу є актуальною. Підтверджено ефективність використання інструментів гейміфікації для збільшення обсягів продажів та лояльності споживачів.

Ключові слова: гейміфікація, маркетингові Internet - комунікації, Instagram, ігровий процес, зворотній зв'язок, активність продажів.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГЕЙМИФИКАЦИИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ INTERNET КОМУНИКАЦИЙ

*Зыбина К.В., ассистент,
Сиволовський І.М., студент (ХНУРЭ)*

В статье обобщен зарубежный и отечественный опыт применения инструментов геймификации в сфере маркетинговых Internet - коммуникаций. Раскрыто понятие «геймификация в маркетинге», представлены примеры успешной реализации игровых технологий в рекламе. Проанализированы тенденции роста популярности социальной сети Instagram в Украине, как глобальной торговой площадки. Приведена методика построения эффективной игровой системы в сфере маркетинговых Internet -коммуникаций.