

ІНФОРМАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ СОЦІАЛЬНОГО ОБЛІКУ ТОВАРУ НА ПРИКЛАДІ РИНКУ ПОБУТОВОЇ ТЕХНІКИ

Орехова О.Л., Кривченко А.С.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

В роботі розглядається створення нової інформаційної технології соціального обліку товарів на прикладі ринку побутової техніки України. Науковою новиною роботи є спроба залучити кінцевих покупців побутової техніки до процесу обліку товарів. Цей процес виконує виробник в межах маркетингової інформаційної системи (МІС). До її складу входять а) корпоративна розвідка (зовнішній фокус), б) внутрішній облік товарів (внутрішній фокус), в) електронні звіти та г) маркетингова аналітика [1].

Зараз на ринку існує група інформаційних систем, які частково покривають вказані компоненти МІС. Наприклад, ERP/MRP системи (Oracle business suite, SPA R/3), CRM системи (Sugar CRM, 1С CRM ПРОФ), соціальні мережі (Facebook, Twitter, ВКонтакте), форуми, блоги, корпоративні ВЕБ сторінки тощо. Але на жаль не має технології або програмного продукту, який би дозволяв поєднати внутрішній і зовнішній фокуси. Виробнику треба встановити достеменно, хто є зараз, був раніше або бажає бути завтра покупцем конкретного телевізора, ноутбука, мрз-програвача тощо. Виробнику важливо знати, що конкретний продукт з таким-то бар-кодом працює у місті Харків. Більш того, з покупцем виробу можна зв'язатися, наприклад, у соціальній мережі та запитати, що він думає про свій телевізор. З іншого боку покупець, отримує прямий контакт з виробником телевізора минаючи усі проміжні ланки: дистриб'ютора, магазин побутової техніки, гарантійний сервіс тощо. Тому в роботі пропонується розробити нову інформаційну технологію завдяки якій покупець може вказати свій позитивний або негативний відгук про товар, вказавши його бар-код або QR-код. Слід відзначити, що ця робота виконувалася в межах бюджетної науково-дослідної роботи № М8019 співробітниками та студентами кафедри АСУ НТУ „ХПІ” у 2012-2013 роках.

Література:

1 Мхитарян С.В. Маркетинговая информационная система/ С.В. Мхитарян – М.: Изд. центр ЕАОИ. 2008. 112 с. – (Учебно-методический комплекс).