

СИСТЕМНАЯ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ТОРГОВЫХ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

Возрождение экономической стабильности в торговой отрасли на сегодняшний день является одним из важных решений дальнейшего развития коммерческих предприятий. Решить данную проблему в краткосрочной перспективе, учитывая особенности отечественного рынка деятельности и ограниченность источников инвестиционного капитала, очень сложно. Объективно возникает проблема поиска путей, которые бы способствовали конкурентоспособности торговых предприятий. Достичь этого можно лишь усовершенствованием управления на основе системной информатизации торговых бизнес-процессов.

Ключевые слова: стабильность, система, информатизация, бизнес-процессы, реформирование, экономика, конкурентоспособность, информационно-компьютерное обеспечение, Коммерческая информация.

UDC 004:055:339

THE SYSTEM INFORMATIZATION OF TRADING BUSINESS PROCESSES

Revival of economic stability in trading is one of the important decisions of further development of commercial enterprises for today. To solve this problem in short-term prospect considering activity features of domestic market and limitation of investment capital sources is very difficult. Objectively there is a search problem of the ways which would promote competitiveness of trade enterprises. To achieve it is possible only by improvement of management on the basis of system informatization of trading business processes.

Keywords: stability, system, information, business processes, reforming, economy, competitiveness, information-computer maintenance, Commercial information.

Медленное и часто противоречивое реформирование экономики, длительное время финансового кризиса, либерализация экономических отношений, юридическая неопределенность, усиление конкуренции на рынке потребительских товаров определили возникновение принципиально новых условий хозяйственной деятельности, значительно снизило стабильность экономики и конкурентоспособности предприятий.

Проблема формирования информационно-коммуникативной базы для управленческих решений как на уровне торгового предприятия, так и на всех уровнях, требует решения ряда вопросов по формированию соответствующей методологической и инструментальной базы. Причем, возникает задача координации работ по формированию информационного обеспечения и формализации методов учета, анализа, планирования и принятия решений.

Для рыночных отношений Российской Федерации характерны: нестабильность и изменчивость мирового окружения; глобализация и либерализация экономики; сопоставление различных форм и отношений собственности; рост гармоничности рынка и увеличения конкуренции между товаропроизводителями. Все это приводит к тому, что уровень и качество экономической деятельности предприятий становится одним из важнейших аспектов эффективного функционирования российских фирм на рынке товаров и услуг.

Существует необходимость крупномасштабной и глубокой реформы потребительского рынка как системы, ее социально-рыночной ориентированности.

Современный период развития экономики обусловил резкий спад потребности в безадресной информации и создания новых видов информационно-коммуникативного обслуживания.

Начало изучений по проблемам информационно-компьютерного обеспечения деятельности коммерческих структур в отечественной науке можно отнести к концу 80-х началу 90-х годов. Развитие экономики и коммерции в это время, компьютеризация бизнес-процессов создали предпосылки для обширного использования новых информационно-компьютерных систем. По мере расширения экономических реформ и кризисного характера, происходивших в сфере экономики, все очевиднее проявлялась недостаточность обеспечения информацией коммерческой деятельности потребностей, которые определялись рыночной экономикой.

Определение суждения «информационно-коммуникативного обеспечения», приведенные во всевозможных научных источниках, освещающих цели обеспечения информацией, его объект, средства осуществления и информационно-ресурсной составляющей.

Информационно-коммуникативное обеспечение это;

– совокупность процессов по сбору и предоставлению специально подготовленной информации для постановления управленческих, научных, технических и других задач в соответствии с этапами их решения.

– система методов и средств документационного, фактографического и концептографического обслуживания, используемых для удовлетворения информационных нужд в конкретной научно-технической ситуации

или в постановлении управленческих задач.

– объединение целенаправленных массивов информации и информационных потоков, которое охватывает сбор, хранение, обработку и передачу информации с целью анализа полученных результатов для подготовки, обоснования и принятия управленческих решений.

Как известно, внутренняя среда торгового коммерческого предприятия достаточно насыщена, включает разнородные компоненты, структурированы в различные пространства.

Существуют различные составляющие внутренней среды торгового предприятия, поэтому при создании обеспечения информацией нужно принимать во внимание: технологию торгово-технологического процесса; внутренние коммуникации между подразделениями предприятия и коммуникации с субъектами внешней среды.

Задачи совершенствования коммерческого предприятия должны конкретизироваться в форме создания определенных условий (другими словами расширения ограничений) для улучшения всего спектра предпринимательской деятельности. А это приводит к тому, что на основной план выходят параметры роста и развития предприятия. О росте предприятия свидетельствует увеличение количественных показателей (объем товарооборота, размеры отдельных видов продаж, прибыли и др.). Но рост, как известно, еще не обозначает развитие и прогресс коммерческой деятельности предприятия. С этих позиций информационно-компьютерное обеспечение должно содержать «качественные» параметры, удостоверяющих устойчивую позицию и позитивную динамику предприятия на рынке его деятельности.

Анализируя информационно-коммуникативные структурные подразделения системы управления торговым предприятием, следует заметить, что отраслевое направление деятельности любого объекта и характер задач, которые им решаются, определяет особенности информационных потоков, не только во временном, но и в содержательном аспектах.

Для постановления задач управления коммерческим потенциалом предприятия необходимо обладать сбалансированным набором показателей торгового предприятия в разных плоскостях, позволяющие проверять факты, влияющие на эти показатели, а не просто отслеживать результаты.

Принцип организации системы управления коммерческой деятельностью торгового предприятия заключается не просто в развитии перечня показателей (информационных единиц), а в объединении их таким образом, чтобы была связь между финансовыми и нефинансовыми показателями, стратегическим и операционным величинами управления, будущими и прошлыми результатами, а также между внутренними и внешними аспектами существования предприятия.

Практическая важность торгового предприятия находится в плоскости проблемы измеримости результатов по достижению стратегических целей предприятия.

Теория информационно-коммуникативных систем определяется такими понятиями, как количество информации и процессов ее реорганизации, оценка надежности и скорости передачи сообщения, возможность наиболее удобной записи (кодирование) и т.д.

Справедливое определение количества информации позволяет избежать перегрузки руководителей и специалистов, поскольку существует показатель «информационные границы, которые может переработать человек за установленный период». На практике обычно встречается перегрузка информацией трудового персонала приблизительно в 3-4 раза по сравнению с нормами.

В зависимости от функции, которую выполняет информационная система в управленческом цикле, она бывает распорядительной, обратной связи, запоминающей и др.

Максимальный удельный вес в общем количестве сообщений имеют экономические данные.

Коммерческая информация - это набор цифр, фактов, бухгалтерских сведений и прочих данных, которые прежде всего отражают финансово-экономические явления и процессы. Она содержит данные социально-экономического анализа и прогнозирования, финансовых планов, первичного, оперативного и бухгалтерского учета, статотчетности, финансово-экономического анализа и т.д.. Кроме того, данные могут разделяться на достоверные и недостоверные, достаточные, недостаточные и избыточные, активные и пассивные, цифровые, алфавитно-цифровые и алфавитные.

В иных случаях полученная информация может привести к принятию решения, изменяет положение объекта управления в худшую сторону, то есть уменьшает возможность достижения цели, - эта информация называется ложная или неправдоподобная.

Существенной и качественной информационно-коммуникативной характеристикой является ее правдивость и надежность. Надежными находят данные, которые не превышают допустимый уровень искажения действительного явления или процесса и отражают то, что они должны отражать. На достоверность поступающей информации, влияют инфо-барьеры, есть препятствия, путающие сохранению количества и качества информирования, что приводит к ее неполноте.

Избыточность информационно-коммуникативных систем (повторяемость, дублирование) может быть полезной, если она увеличивает надежность системы данных и ненужной, если она содержит данные, которые повторяются и не применяются для принятия решений. Каждый менеджер при любых обстоятельствах должен обеспечивать надежную ценность передаваемой информации. Критерием в оценке этого требования является глубина, содержательность и степень соответствия информации поставленным целям предприятия.

Для эффективного функционирования системы управления значительное значение имеет своевременность поступления информации. Частичная информация, полученная своевременно, значительно полезнее для

управления, чем полная информация по всей форме, но полученная с опозданием. Опыт показывает, что многие простые техники и людей приходится из-за недостаточного оперативного снабжения управленческого аппарата необходимой достоверной информацией.

Данные о состоянии фирмы доступны предпринимателю, поскольку формируются с его участием. Есть определенные различия в объеме, составе и источниках получения такой информации для фирмы, которая уже существует или которая только создается.

В первом случае можно построить некий массив информации на основе бухгалтерских отчетов и плановой информации (годовые, квартальные, месячные отчеты фирмы, бухгалтерские отчеты, прогнозы развития фирмы и т.д.).

Во втором случае часть информационных данных отпадает (например, могут отсутствовать производственные мощности, а следовательно соответствующие экономические характеристики), а часть имеет недостаточный характер (например, технический уровень оборудования, по паспортным данным, высокий, но возможность обеспечить высокий уровень технологии и организации производства еще неизвестна). Большая часть информатизации носит тоже нормативный характер, но это внутренне фирменный уровень нормативности, т.е. например, нормы трудоемкости, энергоемкости, материалоемкости продукции, нормативы оборотных средств, нормативы численности и другое.

К информатизации, характеризующей состояние предприятия, можно отнести следующие виды:

- 1) организационно-структурные характеристики (правовой статус, форма собственности, организационная структура, наличие филиалов, торговой марки и т.д.);
- 2) производственные потенциалы (уровень, структура, соответствие характеристик нового товара);
- 3) материальные (в том числе и топливно-энергетические) ресурсы (специфика материальных ресурсов, размер запасов, наличие и характеристика информации, условия хранения и т.д.);
- 4) трудовые ресурсы (численность персонала, его состав и характеристики, источники пополнения персонала);
- 5) инженерно-технологические возможности (соответствие техники, технологии, организации производства к требованиям конкурентоспособной продукции, наличие лицензий и патентов);
- 6) финансово-экономические характеристики (рентабельность, производительность труда, финансовое состояние);
- 7) природно-экологические характеристики (уровень экологической безопасности производства, возможности его сертификации и аттестации продукции);
- 8) другие виды информации (климатические условия, близость к источникам ресурсов и т.д.).

Предпосылки и потенциалы обеспечения информацией коммерческой деятельности предприятия обусловлены, прежде всего, современными тенденциями развития информационного рынка и новейшими методами управления и информационной поддержки совершенствования предприятия на всех уровнях хозяйствования.

Результативность информационно-компьютерного обеспечения деятельности предприятия напрямую зависит от организации его взаимодействия с разнообразными субъектами на рынке информационных продуктов и услуг, государственной поддержки развития предприятия, а также формирования его информационно-коммуникативного пространства.

Список литературы:

1. Есютин, А.А. Розничные торговые сети: стратегии, экономика и управление [Текст]: учебное пособие / А.А. Есютин, Е.В. Карпова. – М.: КНОРУС, 2007. – 424с.
2. Лапуста, М.Г. Предпринимательство [Текст]: учебник / М. Г. Лапуста. - М. : ИНФРА-М, 2009. - 608с.
3. Наумов, В. Н. Организация предпринимательства [Текст]: учеб. пособие для вузов /В. Н. Наумов ; под ред. Г. Л. Багиева. - СПб. : Питер, 2010. - 384 с.

Семенова Елена Евгеньевна

*к.т.н., доцент кафедры маркетинга и торгового дела
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: dodyelena@yandex.ru*

Садовников Кирилл Владиславович

*магистрант Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: dodyelena@yandex.ru*