

Кафиатулова Эльвира Мидихатовна

РАСТУЩАЯ РОЛЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2010/9/50.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2010. № 9 (40). С. 153-155. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2010/9/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

Основное отличие между данными двумя способами заключается в полноте отражения сведений о застрахованном лице, необходимых для назначения страховой пенсии в будущем. Во-вторых, к основным элементам, согласно представленной схеме, относится методика расчета пенсии, включающая в себя структуру пенсии, формулу ее расчета, а также индексацию уже выплачиваемых пенсий. К дополнительному элементу относится оценка и переоценка пенсионных прав, обычно осуществляемая в ходе проведения пенсионной реформы в стране.

Нормативно-аналитическая база финансового механизма пенсионного страхования, на наш взгляд, представляет собой совокупность показателей, позволяющих оценить степень результативности функционирования пенсионного страхования в стране (количественный анализ), а также перечень нормативно-правовых документов, с помощью которых осуществляется регулирование пенсионного страхования в стране (качественный анализ).

Различные варианты сочетания рассмотренных выше элементов определяют специфику построения пенсионного страхования в каждой стране.

Список литературы

1. **Финансы. Денежное обращение. Кредит:** учебник / под ред. Л. А. Дробозиной. М.: Издательское объединение «ЮНИТИ», 1999. 590 с.
2. **Финансы, денежное обращение кредит:** учеб. пособие / под ред. А. Ю. Казака. Екатеринбург: РИФ «Солярис», 2001. 450 с.
3. **Финансы, денежное обращение, кредит** / под ред. Г. Б. Поляка. 3-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. 639 с.
4. <http://www.oecd.org>

УДК 339.37; 658

Эльвира Мидихатовна Кафиатулова
Поволжский государственный университет сервиса

РАСТУЩАЯ РОЛЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ[©]

Российские предприятия в настоящее время рассматривают использование информационных технологий как серьезную трансформацию операций розничной торговли, которая приводит к повышению рентабельности бизнеса. В целом информационные продукты в сфере розничной торговли позволяют улучшить операционную и стратегическую деятельность, товарную политику более результативным способом и добавляют ценность работе компаний.

Современные ИТ-продукты позволяют корректировать и оптимизировать внутренние и внешние бизнес-процессы. Наиболее важными являются технологии автоматизации отношений с покупателями и налаживания непосредственно торговой деятельности, во всех ее проявлениях [5].

В условиях увеличения конкурентоспособности большинству розничных предприятий приходится внедрять новые продукты, занимать ниши на рынке или выходить на международный уровень торговли. При принятии таких решений и поддержании конкурентных преимуществ информационные технологии могут дать новый виток в развитии бизнеса и положительно повлиять на работу компании в том случае, если они позволяют снизить издержки, дифференцировать торговое предложение ритейлера или предоставляют ему инновации, которые высоко ценятся клиентами.

Основные стратегические и операционные возможности использования информационных технологий на предприятиях розничного бизнеса представлены в Табл. 1 [3]:

Табл. 1. *Стратегические и операционные возможности информационных технологий*

Стратегические возможности	Операционные возможности
Создаются барьеры для выхода на рынок	Снижаются затраты и растет эффективность
Создаются затраты на переход к другим продавцам	Устраняются/снижаются затраты на бумажную работу
Изменяется основа для ведения конкуренции	Появляется актуальная работа
Изменяются задачи организации	Большая гибкость
Создаются новые товары	Открываются новые возможности бизнеса
Изменяется баланс сил во взаимоотношениях с поставщиками	Появляются новые интегрированные системы
	Становится меньше необоснованных или эмоциональных оценок
	Сужаются проблемы координации

С целью завоевания большей части клиентов осуществляются расширение розничного бизнеса и внедрение новых технологий. Со временем перед менеджментом организации встает проблема несоответствия работы информационных технологий темпам развития бизнеса. Устаревшие программы тормозят стремительный рост и не отвечают потребностям розничных компаний, поэтому сегодня основным условием развития является правильный выбор функциональности и структуры ИТ-продукта и заранее заложенные в него параметры для достижения максимальной эффективности работы.

Актуальность проблем, связанных с организацией бизнес-процессов в розничной сфере обусловлена следующими обстоятельствами:

- увеличение внутреннего товарооборота торговли в России;
- стремительный рост количества розничных торговых сетей;
- активное продвижение на российский рынок зарубежных сетей;
- серьезная конкуренция между организациями торговли.

Процесс совершенствования программных продуктов с расширенными возможностями во многом стимулируется ростом требований розничных компаний [1]. Более современные версии ИТ-продуктов повышают эффективность управления многими бизнес-процессами торговли.

На сегодняшний день предприятия розничной торговли используют в работе разнообразные технологии, такие как SAP Retail, 1С, Navision, Ахартa Retail и др. Применение информационного обеспечения в розничной компании стало своеобразным источником изменения управленческих решений в бизнес-процессе. Дальнейшее успешное развитие торговой организации во многом зависит от правильного выбора информационных технологий в розничной сфере.

Российский рынок розничной торговли стоит перед выбором, как подстроить ИТ-продукты под действующий механизм работы бизнеса и в какой степени усовершенствовать сами бизнес-процессы в соответствии с информационными технологиями и их возможностями.

Если для крупных розничных компаний уникальные информационные системы являются одним из основных конкурентных преимуществ, то для средних и малых розничных сетей конкурентным преимуществом могут выступать сами бизнес-процессы и технологии работы, базирующиеся на стандартизированных информационных решениях [4].

Можно выделить наиболее важные критерии при выборе и внедрении информационных технологий в розничной торговле:

- адаптация информационной системы к существующим отлаженным бизнес-процессам компании;
- внедрение тестового проекта в одну торговую точку и его последующая доработка при необходимости, отложив полную установку продукта до принятия в эксплуатацию;
- гибкость в настройке;
- возможность поэтапного внедрения;
- легкость в обучении персонала;
- современная ИТ-поддержка в России;
- заложенные возможности для дальнейшего развития системы.

Установка иностранного обеспечения для автоматизации розничного бизнеса возможна при совместимости бизнес-процессов, которые применяются в данной системе. Обычно сложность вызывают поступление интерфейсов без перевода на русский язык, отсутствие стандартизированных печатных форм соответствующих законодательству РФ, а также несовместимость информационной системы с контрольно-кассовой техникой.

На данный момент многие западные программы совместимы с российскими фронтальными решениями и являются более доступными для розничных компаний [2].

Поскольку в розничной торговле бизнес-процессы постоянно усложняются, то для менеджмента компаний основным становится направление оптимизации и налаживания эффективности развития бизнеса. Вследствие чего большинство руководителей для решения аналитических и общих задач управления внедряют комплексные ERP-системы. В свою очередь, средства BI позволяют спланировать политику ценообразования, спрогнозировать спрос потребителя на определенный вид товара, спланировать поставки необходимой продукции и обнаружить товары, не пользующиеся спросом благодаря системе «интеллектуального» анализа данных.

На современном этапе развития розничной торговли успех использования новых технологий определяет степень адаптации к бизнес-задачам, к специфике конкретной компании. Использование новых возможностей информационных технологий в торговой среде позволяет получать дополнительную прибыль от вложенных инвестиций в ближайшее время при правильном выборе информационной программы и ее компании-разработчика, которая будет обеспечивать дальнейшую ИТ-поддержку на всем цикле применения данной разработки.

Таким образом, услуги, предоставляемые информационными технологиями, могут стать стратегическим вложением в бизнес и тем самым изменить структуру, характер конкуренции и переориентировать стратегии компании.

Список литературы

1. Гилберт Д. Управление розничным маркетингом / пер. с англ.; под ред. В. Н. Сергеева, Ю. Э. Давыдова. М.: ИН-ФРА-М, 2009. 571 с.
2. Дзюба М. В. Хай-тек розница // Креативная экономика. 2008. № 6.
3. Кент Т., Омар О. Розничная торговля / пер. с англ.; под ред. Н. Д. Эриашвили. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. 719 с.
4. Михайлов П. Информационные технологии в розничной торговле // Экономика. 2010. № 1.
5. Щур Д. Л., Труханович Л. В. Основы торговли. Розничная торговля: настольная книга руководителя, главного бухгалтера и юриста. М.: Дело и сервис, 2010. 704 с.

УДК 65.016.7

Светлана Игоревна Нестерова
НОУ ВПО «Международный институт рынка»

ВНЕДРЕНИЕ МОДЕЛЕЙ И МЕХАНИЗМОВ РЕФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ
УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ-ПРОИЗВОДИТЕЛЕ ПРОФИЛЬНО-ПОГОНАЖНЫХ ИЗДЕЛИЙ
ИЗ ПЛАСТИКА[©]

В современных социально-экономических условиях развитие потенциала отечественных промышленных предприятий как ключевой фактор экономического роста и повышения конкурентоспособности России имеет чрезвычайную актуальность. В связи с этим большое значение имеет оптимальность организационной структуры управления (ОСУ) предприятия, что связано с ее функциями. Особенно это важно для инновационной деятельности предприятия, в случае смены его собственника, в ситуациях антикризисного управления.

Разработанные автором модели и механизмы реформирования ОСУ [2-4] были внедрены в ООО «Техно» - предприятии, занимающемся изготовлением профильно-погонажных изделий из пластика (панелей, сайдинга и подоконника).

За период с 2004 г. по 2007 г. объем производства и реализации предприятия возрос более чем в 1,6 раза, что было вызвано благоприятной конъюнктурой рынка. Однако в 2008 г. в связи со сложной ситуацией в стране спрос упал на 23%. В 2009 г. тенденция сохранилась.

Ситуацию, сложившуюся в компании, еще нельзя было назвать кризисной, однако уже были заметны существенные негативные тенденции, что делало важным принятие превентивных мероприятий для исправления ситуации.

На результаты деятельности ООО «Техно» заметное влияние оказывает система управления предприятием, основное внимание в изучении которой в соответствии с предметом исследования было уделено ОСУ.

Для анализа ОСУ ООО «Техно» были проведены изучение организационных документов, опрос персонала предприятия. В качестве организационных документов изучались должностные инструкции работников предприятия, положения, регламентирующие деятельность отдельных подразделений, регламенты документооборота. Ввиду отсутствия других важных для предприятия документов (положений об отделах, программ и т.д.) полномасштабный анализ соответствия структуры ООО «Техно» целям и задачам, стоящим перед организацией, был затруднен. Следует также отметить, что имеющиеся должностные инструкции являлись скорее отписками, чем реально рабочими документами, поскольку из них невозможно понять, за что конкретно отвечает сотрудник, не понятны схемы его взаимодействия с другими работниками предприятия. Кроме того, должностные инструкции имелись лишь для стандартных должностей, для которых есть типовые формы, для специфичных специалистов (например, инженера-химика, инженера-технолога) должностные инструкции отсутствовали.

Регламенты документооборота имелись лишь для взаимодействия между финансовой службой и складом, для остальных взаимодействий регламенты отсутствовали.

Анализ показал, что развитие компании происходило экстенсивно, причем имеющаяся ОСУ не корректировалась. Появляющиеся новые функции превносились в имеющиеся отделы, причем зачастую для их выполнения не привлекались даже дополнительные люди, в связи с чем функциональные обязанности сотрудников расширялись.

В ходе исследования были выявлены многие из типичных проблем, связанных с ОСУ. Самыми серьезными из них можно назвать следующие.

У ООО «Техно» были слабо развиты горизонтальные связи при наличии жестких вертикальных, что серьезно замедляло принятие управленческих решений. Невозможность решить проблемы без посредников в лице вышестоящих руководителей вело к непониманию специфики деятельности различных подразделений и сотрудников, что выливалось в постоянные конфликты.