

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт финансов, экономики и управления
(институт, факультет)
Менеджмент организации
(кафедра)

38.03.02 «Менеджмент»
(код и наименование направления подготовки)

«Логистика»
(наименование профиля)

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: «Совершенствование информационной логистической системы на
предприятии (на примере ОАО «Мегафон-ритейл»)»

Студентка

Н.А. Сорокина

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель,
к.э.н., доцент

Т.В. Полякова

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Допустить к защите

И.о. заведующего кафедрой к.э.н., доцент С.Е. Васильева

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

(личная подпись)

« ____ » _____ 2016 г.

Тольятти 2016

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт финансов, экономики управления
(институт, факультет)
Менеджмент организации
(кафедра)

УТВЕРЖДАЮ
И.о зав.кафедрой «Менеджмент организации»

(подпись) С.Е. Васильева
(И.О. Фамилия)
« ____ » _____ 2016 г.

ЗАДАНИЕ
на выполнение бакалаврской работы

Студент Сорокина Наталья Андреевна

1. Тема «Совершенствование информационной логистической системы на предприятии (на примере ОАО «Мегафон-ритейл»)»

2.Срок сдачи студентом законченной выпускной квалификационной работы 20 мая 2016 года.

3. Исходные данные к бакалаврской работе

3.1. Данные и материалы производственной практики.

3.2. Материалы учебников по менеджменту, научных статей, стандартов, документов, по финансово-хозяйственной деятельности ОАО «Мегафон-ритейл»

4. Содержание бакалаврской работы:

1. Теоретические основы информационной логистики

1.1 Понятие и структура логистической информационной системы

1.2 Виды информационных логистических систем

1.3 Принципы построения информационных систем в логистике

2. Анализ логистической информационной системы ОАО «Мегафон-ритейл»

2.1 Оценка логистической информационной системы на предприятии

2.2 Анализ логистической системы на предприятии

3. Разработка мероприятий по совершенствованию информационной логистической системы ОАО Мегафон-ритейл"

3.1 Рекомендации по созданию и внедрению информационных логистических систем

3.2 Оценка эффективности предлагаемых мероприятий

Заключение

Библиографический список

5. Ориентировочный перечень графического и иллюстративного материала:

1. Титульный лист;
2. Актуальность, цель и задачи исследования;
3. Основные экономические показатели деятельности организации;
4. Табличные данные по результатам анализа информационно логистических затрат предприятия;
5. Графические данные по результатам анализа информационно логистических затрат предприятия;
6. Предложения по повышению конкурентоспособности организации на основе внедрения логистической информационной системы;
7. Результаты предполагаемого экономического эффекта от разработанных мероприятий.
6. Консультанты по разделам -
7. Дата выдачи задания 12 января 2016 года.

Заказчик Территориальный
менеджер ОАО «Мегафон-ритейл»

(подпись)

О.С. Канидьева

(И.О. Фамилия)

Руководитель выпускной
квалификационной работы

(подпись)

Т.В. Полякова

(И.О. Фамилия)

Задание принял к исполнению

(подпись)

Н.А. Сорокина

(И.О. Фамилия)

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт финансов, экономики управления
(институт, факультет)
Менеджмент организации
(кафедра)

УТВЕРЖДАЮ
И.о зав. кафедрой «Менеджмент организации»

(подпись)
« ____ » _____ 2016 г.
С.Е. Васильева
(И.О. Фамилия)

**КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН
выполнения бакалаврской работы**

Студента Сорокина Наталья Андреевна
по теме «Совершенствование информационной логистической системы на предприятии
(на примере ОАО «Мегафон-ритейл»)»

Наименование раздела работы	Плановый срок выполнения Раздела	Фактический срок выполнения раздела	Отметка о выполнении	Подпись руководителя
Разработка 1 раздела БР	03.03.2016		выполнено	
Разработка 2 раздела БР	10.05.2016		выполнено	
Разработка 3 раздела БР	16.05.2016		выполнено	
Разработка введения, заключения и уточнение литературных источников и приложений	20.05.2016		выполнено	
Предварительная защита БР	23.05.2016		выполнено	
Окончательное оформления БР, подготовка доклада, иллюстративного материала, презентации	27.05.2016		выполнено	
Допуск к защите заведующего кафедрой	31.05.2016		выполнено	
Сдача законченной БР на кафедру	07.06.2016		выполнено	

Руководитель бакалаврской работы

(подпись)
Т.В. Полякова
(И.О. Фамилия)

Задание принял к исполнению

(подпись)
Н.А. Сорокина
(И.О. Фамилия)

Аннотация

Бакалаврскую работу выполнила студентка Н.А. Сорокина.

Тема работы: «Совершенствование информационной логистической системы на предприятии (на примере ОАО «Мегафон-ритейл»)»

Научный руководитель: к.э.н., доцент Т.В. Полякова.

Цель исследования – разработка мероприятий, направленных на совершенствование информационной логистической системы в организации ОАО «Мегафон-ритейл».

Объект исследования - ОАО «Мегафон-ритейл», основным видом деятельности которого является продажа услуг сотового оператора Мегафон и реализация оборудования подвижной связи и сопутствующих аксессуаров, предметом исследования – информационно логистическая система ОАО «Мегафон-ритейл».

Методы исследования: методы сравнительного анализа, синтеза, прогнозирования, статистические методы обработки данных.

Границы исследования - 2013-2015 гг.

Краткие выводы по работе. На сегодняшний день для организаций реализующие услуги связи является актуальным выявление возможностей и определение способов повышения эффективности информационно логистической системы.

Практическая значимость работы заключается в том, что отдельные её положения в виде материала подразделов 2.2, 3.1, 3.2 могут быть применены на практике специалистами ОАО «Мегафон-ритейл».

Структура и объем работы. Работа состоит из введения, 3-х разделов, заключения, библиографического списка из 36 источников. Общий объем работы - 55 страниц машинописного текста.

Содержание

Введение.....	7
1 Теоретические основы информационной логистической системы	9
1. 1 Понятие и структура логистической информационной системы	9
1. 2 Виды информационных логистических систем.....	15
1. 3 Принципы построения информационных систем в логистике	21
2 Анализ логистической информационной системы на предприятии ОАО «Мегафон-ритейл»	28
2. 1 Организационно-экономическая характеристика предприятия	28
2. 2 Оценка информационной логистической системы на предприятии	333
3 Разработка мероприятий по совершенствованию информационной логистической системы ОАО «Мегафон-ритейл».....	444
3.1 Рекомендации по созданию и внедрению информационных логистических систем	444
3.2 Оценка эффективности предлагаемых мероприятий.....	466
Заключение	511
Библиографический список	533

Введение

Логистика в настоящее время считается значимым моментом проведения событий, нацеленных на повышение финансовой эффективности производства. Повышение функционирования информационно логистической системы достигается способом наибольшей координации материальных и информационных потоков при их соединении, что в свою очередь и считается одной из главных задач логистики. Для того, чтобы задача была выполнена, необходимо использовать электронную обработку данных, стандартизацию материально-технических связей, организация работы должна основываться на научного многофункциональном анализе и структуризации. В дополнении необходимо использовать новые технологий, которые способствуют автоматизации операций.

Необходимая организация материальных и информационных потоков для повышения финансовой эффективности производства обусловила актуальность более подробного изучения информационно логистической системы, виды и принципы ее построения.

Изучению и исследованию информационной логистики посвящены работы таких ученых, как Т.В. Алесинская, И.М. Баско, В. А. Бороденя, О.И. Карпеко, И.И. Полещук, Т.М. Розина, В.В. Щербаков, Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева и другие.

Целью бакалаврской работы является разработка мероприятий по совершенствованию информационно логистической системы организации.

Достижение поставленной цели возможно за счет решения следующих задач:

- рассмотреть теоретические основы информационно логистических систем;

- проанализировать организационно-экономическую характеристику ОАО «Мегафон-ритейл»;
- осуществить анализ информационной логистической системы организации;
- разработать мероприятия по совершенствованию информационно логистической системы организации.

Объектом исследования выступает ОАО «Мегафон-ритейл», основным видом деятельности которого является продажа услуг сотового оператора Мегафон и реализация оборудования подвижной связи и сопутствующих аксессуаров. Предметом исследования – информационно логистическая система ОАО «Мегафон-ритейл».

Теоретическую базу исследования составили труды отечественных и зарубежных ученых по вопросам информационно логистических систем, а также материалы периодических изданий по данной теме, информационно - отчетные документы ОАО «Мегафон-ритейл».

В процессе исследования применялись методы сравнительного анализа, синтеза, прогнозирования, статистические методы обработки данных.

Структура и объем работы. Работа состоит из введения, 3-х разделов, заключения, библиографического списка из 36 источников. Общий объем работы - 55 страниц машинописного текста.

1 Рассмотрение теоретических основ информационной логистической системы

1.1 Понятие и структура логистической информационной системы

Достижение целей логистики и получение нужного результата требует неизменного исследования и действия на логистические процессы через управление этими системами. Управление в данном случае направлено на координацию работы всех подразделений, занимающихся работой по производству и реализации продукции. Информационное обеспечение выступает в качестве инструмента для достижения результата. Информация появляется при исполнении разных операций продиктованных логистикой. Информация используется при создании и внедрении управленческих решений в логистической системе, сопровождая материальный поток на всех этапах его перемещения.

Информационная логистика формирует поток данных, которые в свою очередь связывают снабжение, создание и сбыт. Информационная логистика ставит перед собой задачу обеспечение информацией системы управления в достоверном и полном объеме, а также предоставление доступа к соответствующей информации любому участнику управления логистической системы, в необходимые сроки. Информационная логистика формирует информационные потоки, протекающие в логистической системе.

Информационный поток – это информация, оказавшаяся в упорядоченном перемещении по достоверным сведениям направлениям с зафиксированными исходными, промежуточными и конечными точками.

Информационный поток - совокупность сообщений, которые проходят как внутри логистической системы, так и вне системы, необходимые для управления логистическими операциями.

Виды информационных потоков в зависимости от вида связываемых потоком систем приведены в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Виды информационных потоков

№ п/п	Вид	Определение
1	Горизонтальный	поток известий среди партнерами по хозяйственным взаимосвязям 1-го значения управления;
2	Вертикальный	поток известий, поступающих от управления в подведомственные ему звенья логистической системы;
3	Внешний	поток, проходящий во внешней, по отношению к логистической системе, среде;
4	Внутренний	поток сообщений, расположенный внутри одной логистической системы либо одной из подсистем.
5	Входной	поток сообщений, входящих в логистическую систему, либо в одну из подсистем;
6	Выходной	поток сообщений, выходящих за пределы логистической системы либо одной из подсистем;

Информационные потоки в логистике формируются в зависимости от материальных потоков. Стоит отметить, что время от времени материальный поток имеет возможность прибыть в указанное место, раньше, чем документы на него. В таком случае принято отмечать, что материальный поток является неотфактурованной поставкой, и получатель принимает материальный поток на хранение до прибытия документов. С другой стороны может сложиться иная организация: документы приезжают на место предназначения ранее самого груза [17].

В случае, когда информационный поток прибывает в назначенное время раньше материального лучше. Данный факт позволяет лучше подготовиться к приему грузов. Информационные потоки обязаны быть соответствовать материальным потокам в доли свойства данных потоков.

Информационный процесс – процесс, в котором информация рассматривается в виде главного объекта с явной последовательностью конфигураций. Данный процесс включает в себя: сбор, анализ, хранение, поиск и распространение информации.

В результате всего информационного процесса, на всех этапах информационно логистической системы, можно выделить следующие функции [22]:

- формирование информации в местах ее появления;
- разбор информации с последующим преобразованием;
- скопление информации и ее сбережение;
- перевозка информации;
- фильтрация потока информации, то есть отбор нужных для любого значения управления этих и документов;
- группировка и деление информационных потоков;
- выполнение элементарно-информационных преобразований;
- управление информационным потоком.

Следует отметить, что процесс логистики подразумевает пересечение материальных и информационных потоков. Различают 3 варианта их взаимодействия:

1. Информация следует впереди материального потока. В этом случае от информационного потока поступают сведения о движении материальных потоков (прямое направление) или он имеет сведения о заказе (встречное направление).
2. Информация сопровождает материальный поток, перемещается наряду с ним. Данным потоком идут сведения о количественных и высококачественных параметрах вещественных потоков, собственно разрешает отлично и стремительно расценивать их состояние и воспринимать нужные формирующие решения.
3. Информационный поток следует после материальных потоков. В данном случае информация работает только для оценки итогов.

Информационные ресурсы составляют одну из важных подсистем ресурсного потенциала компании, а информация считается главным составляющим логистических операций. Логистическая информация – это преднамеренно собираемая совокупность явлений, событий, которые

подлежат регистрации и обработке для обеспечения процесса управления логистической системой компании. Информация признана логистическим производственным фактором.

Информационная логистика - часть логистики, организующая поток информации, который сопровождает материальный поток в ходе его движения[18]. Информационную логистику ученые определяют как связывающее звено между снабжением, созданием и сбытом на предприятии [34]. Информационная логистика управляет движением и складированием товаров на предприятии, обеспечивая актуальную доставку данных продуктов в нужном составе, требуемой комплектации и подходящего свойства из места их производства до места употребления с наименьшими расходами и хорошим обслуживанием.

Элементы логистической системы соединяются при помощи потоков информации [34]. В связи с этим информационная сеть должна обеспечить создание баз данных, коммуникативных связей внутри фирмы, наличие комплекса мероприятий по принятию оперативных решений и т. д.

Организационная структура логистической информационной системы можно представить в виде 4-х подсистем (см. рис. 1.1).

Данные взаимосвязанные подсистемы формируют информационно-компьютерную поддержку всех функций логистического маркетинга и взаимосвязь с микро - и макрологистической наружной средой.

В организационной текстуре логистической информационной системы в виде одной из главных подсистем удалена подсистема управления упражнениями заявок, собственно обосновано конкретным контактом данной подсистемы с покупателями в действиях обработки и исполнения заявок. [33] Значимую роль здесь имеет использование концепции "электронного обмена данными" и основанных на ней стандартов (см рис. 1.2).

Подсистема исследований и взаимосвязи раскрывает воздействие внешней и внутренней среды компании на процесс логистического

маркетинга и производит взаимодействие среди звеньев логистической системы и функциями управления (см. рис. 1.2).

Подсистема, о которой шла речь выше, обуславливает актуальность в конфигурации и взаимосвязях как внешней, так и внутренней среды компании.

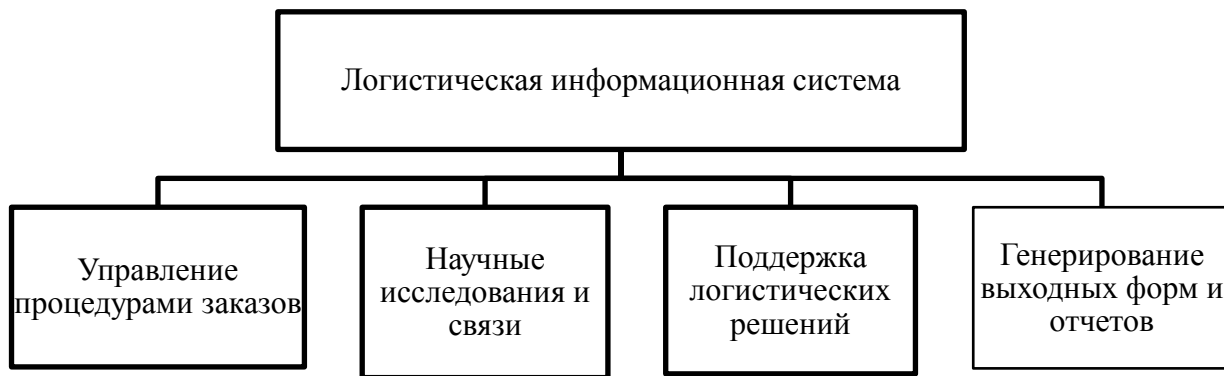


Рисунок 1.1 - Организационная структура логистической информационной системы

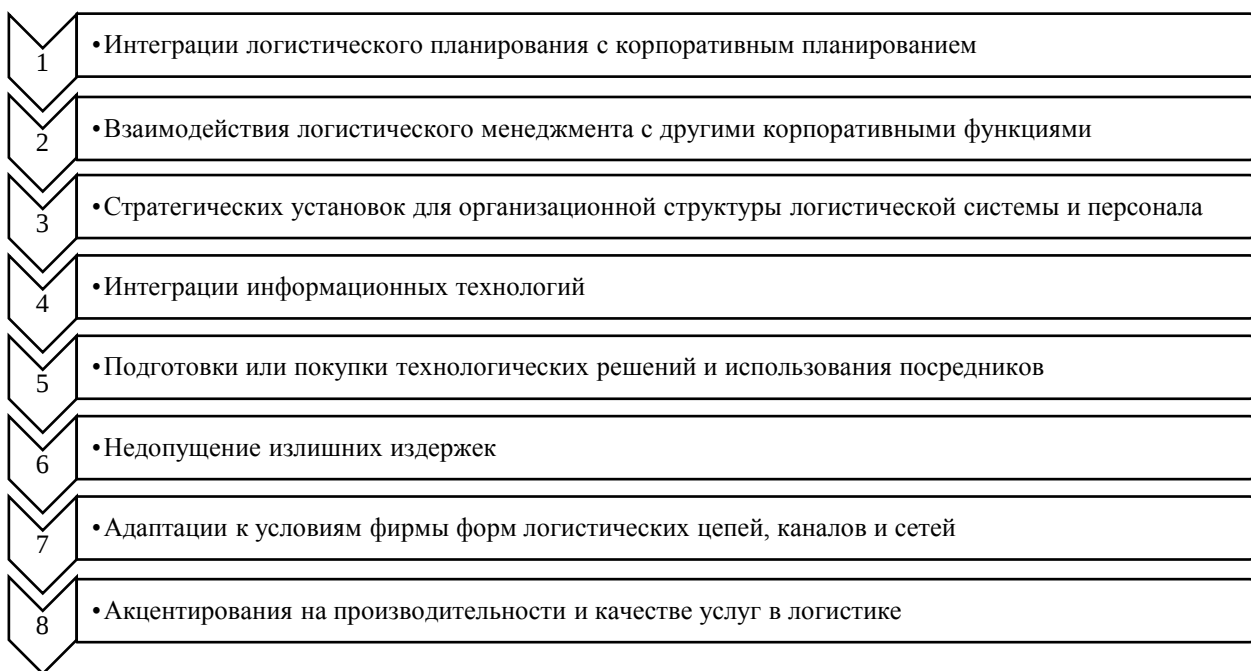


Рисунок 1. 2 - Подсистема научных исследований и связей внешней и внутренней среды фирмы

Принципиальным компонентом логистической информационной системы считается подсистема помощи логистических решений, которую можно представить в виде интерактивной компьютерной информационной системы, включающую информационные базы и аналитические модели, реализующие, обычно, оптимизационные задачи, образующиеся в ходе логистического маркетинга.

Сотрудник организации применяет данную подсистему для сканирования микро- и макросреды компании 4-мя методами:

- не прямое рассмотрение на базе всеобщего разбора получаемой информации, когда нет конкретно заданной цели;
- прямым рассмотрением, когда информация о внешней и внутренней среде фирмы активно анализируется с заблаговременно поставленной целью;
- неформальным изучением условно ограниченных и неструктурированных данных;
- формальным изучением с использованием заранее составленного плана, процедур и способов обработки и анализа получаемой информации.

Подсистема формирует, обновляет и поддерживает различно структурированные, централизованные и распределенные информационной базы для 4 основных типов файлов (см. рис. 1.3).

Информационная система, подходящая для необходимого уровня выполнения функций логистики, должна отвечать следующим требованиям:

- информационные потоки должны быть тождественны в информационном отношении;
- внутренние взаимосвязи и взаимозависимости информационных потоков носят причинно-следственный характер;
- структурная соподчиненность информационных потоков должна быть точной;

- информационной системе должно быть присуще свойство интегративности.

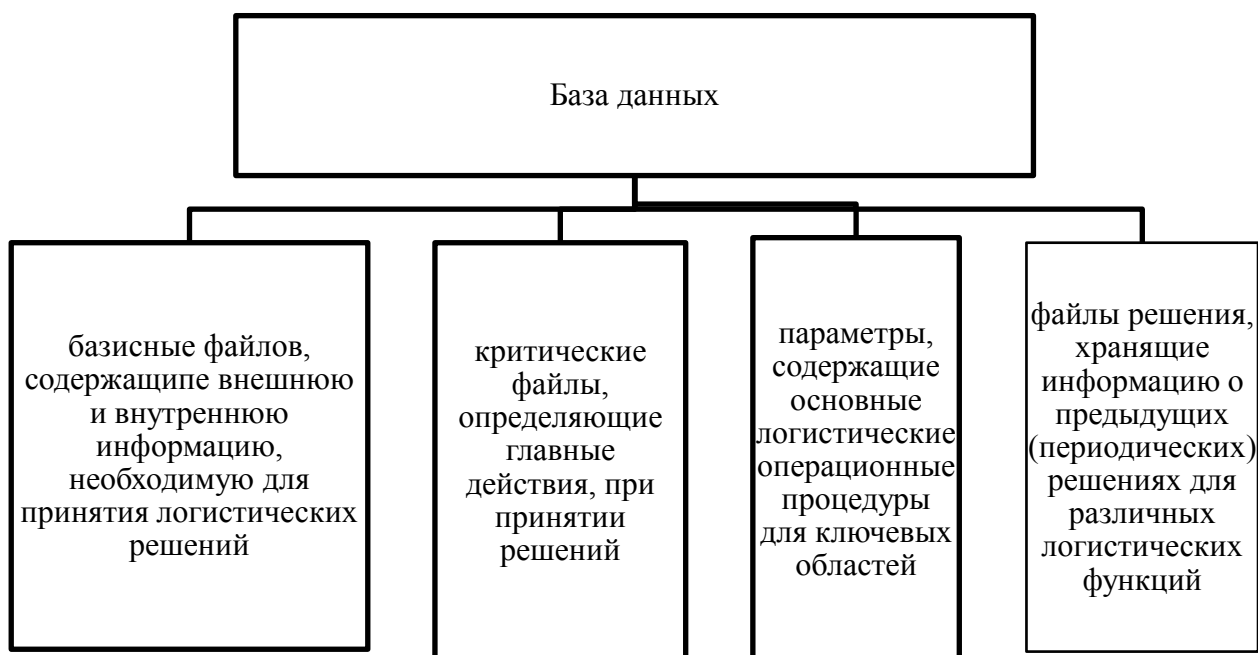


Рисунок 1. 3 – База данных и основные виды файлов

1. 2 Виды информационных логистических систем

Последний год, интенсивно стали развиваться информационные технологии. Информационные системы занимают в данных разработках центральное положение. Становление логистики в продвинутых странах стимулируются потребностью резвой реакции изготовителей на конъюнктуру рынка, рвением в незначительный промежуток времени приспособиться в изменяющихся обстановках.

Главной идеей логистики считаются проектирование, управление и контроль предпринимательской работы, всех вещественных и информационных потоков, связанных с этой деятельностью.

Понятие логистической системы считается одним из базисных понятий логистики. Система – огромное количество частей, окружающих в

отношениях и взаимосвязях вместе, образующих некую целостность, согласие. Составляющее системы – часть системы, символически не расчленяемая на детали.

Логистическая система – это система, которая включает в себя обратную связь, которая выполняет различные логистические операции и функции, в рамках корпоративной стратегии любой компании. Последствия перемещения материальных потоков присутствуют в прямой взаимосвязи с рациональностью организации перемещения информационных потоков. В заключительные десятилетия конкретно вероятность действенного управления сильными информационными потоками разрешила ставить и улаживать задачу сквозного управления потоками материальными [25]. Наивысший показатель информационной составляющей в логистических действиях повлек за собой выделения особого раздела логистики — информационной логистики. Информационные системы, которые обеспечивают управление материальными потоками, через применение микропроцессорной техники и информационных технологий, связаны с организацией информационных потоков (сопряженных с материальными), являются объектом исследования.

Информационная логистика пересекается с другими структурами логистических систем [14]. Данный раздел описывает компанию информационных потоков внутри фирмы, также обмен информацией между разными соучастниками логистических действий, оказавшимися на значимых расстояниях между собой (к примеру, при помощи средств спутниковой связи).

Информационные системы в логистике имеют все шансы создаваться имея цель управления материальными потоками на уровне отдельной компании, а имеют все шансы содействовать организации логистических действий на территории района, страны причем даже на группы стран [19].

Рассмотрение информационной системы в рамках организации, условно можно разделить на три группы. (см. рис. 1.4)



Рисунок 1. 4 – Логистические информационные системы

Логистические информационные системы, входящие в разрядные категории, выделяются как многофункциональными, но и обеспечивающими подсистемами. Многофункциональные подсистемы выделяются составом решаемых задач. Обеспечивающие подсистемы имеют все шансы выделяться всеми имеющимися составляющими, то есть техническими, информационно математическим обеспечением. Остановимся подробнее на специфике отдельных информационных систем, которые приведены в таблице 1.2.

На уровне отдельного предприятия информационные системы можно классифицировать следующим образом: плановые, диспозитивные и исполнительные.

Информационные системы, которые относятся к разным группам, интегрируются в единую информационную систему, в рамках концепции логистики. Различают вертикальную и горизонтальную интеграцию. Особенности систем рассмотрим на рисунке 1. 5.

Ниже в таблице приведен анализ специфики информационных систем разных видов в разрезе их многофункциональных подсистем [15].

Таблица 1. 2 – Специфика информационных систем

№ п/п	Информационная система	Описание	Решаемые задачи
1	Плановые	делаются на административном уровне управления и действуют для принятия долгих решений стратегического характера. В плановых информационных системах более высочайший уровень стандартизации во время выяснения задач, собственно разрешает с меньшими проблемами адаптировать тут шаблонное программное обеспечение.	– создание и оптимизация звеньев логистической цепи; – управление изменяющимися данными; – прогнозирование производства; – общее управление запасами; – управление резервами и другие задачи.
2	Диспозитивные	делаются на уровне управления складом либо цехом и работают для обеспечения согласованной работы логистических систем. В диспозитивных информационных системах вероятность принимать на вооружение шаблонный пакет программ ниже. Данное вызвано вблизи обстоятельств, к примеру: – производственный процесс на предприятиях обуславливается исторически и нелегко поддается значимым переменам из-за стандартизации; – текстура обрабатываемых этих значительно различается у различных пользователей.	- детальное управление запасами (местами складирования); - управление внутрискладским и внутризаводским транспортом; – сортировка грузов по заказам и их комплектация, фиксация отправляемых грузов и другие цели
3	Исполнительные	системы делаются на уровне административного либо своевременного управления. Обработка информации в данных системах зависит от скорости ее поступления в ЭВМ. Описанный режим работы в настоящем масштабе времени дает возможность получать нужную информацию о движении грузов в определенный промежуток времени и вовремя давать надлежащие административные и управляющие воздействия на объект управления.	-контроль материальных потоков, оперативное управление обслуживанием производства. В исполнительных информационных системах для оперативности используют, в частности, индивидуальное программное обеспечение.

В целом преимущества интегрированных информационных систем можно выделить в определения:

- вырастает скорость размена информацией;
- миниатюризируется численность промахов в учете;
- минимизируется размер непроизводительной, «бумажной» работы;
- соединяются в одно целое раньше разобщенные информационные блоки.

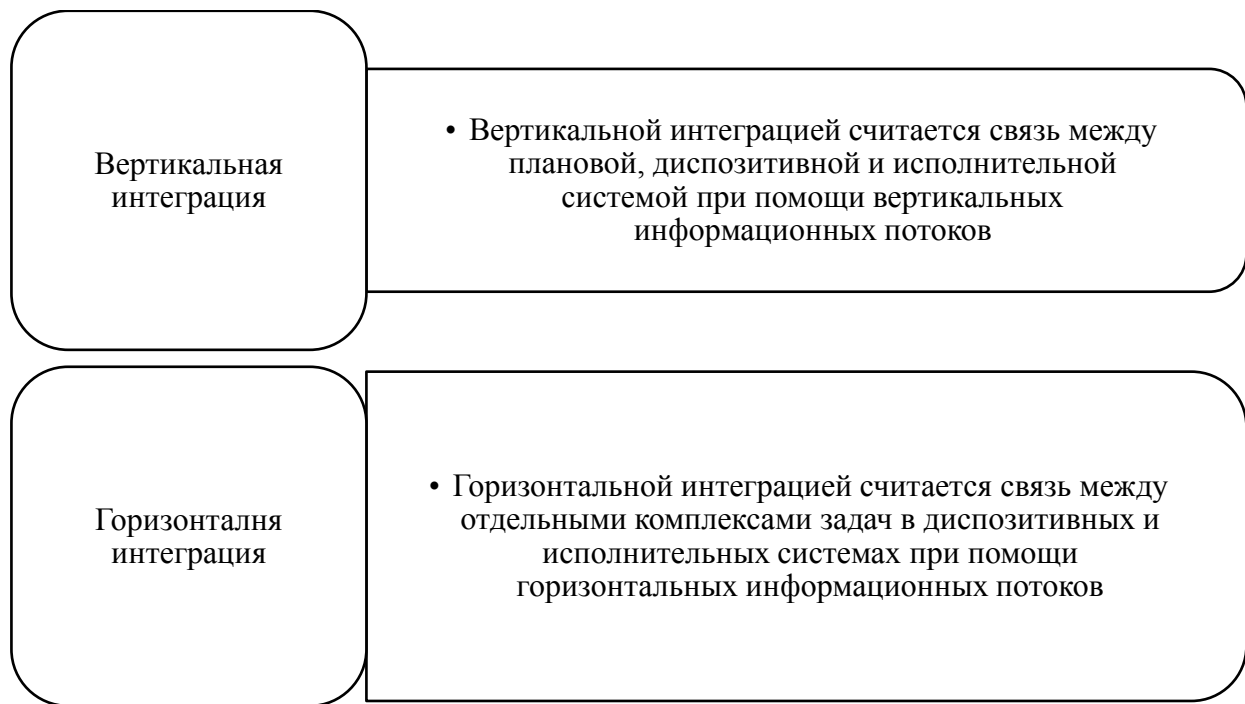


Рисунок 1. 5 – Виды интеграции информационных систем

Хотя, как ранее говорилось, отличия есть и в обеспечивающих подсистемах. Проанализируем конкретнее на соответствующих особенностях программного обеспечения, диспозитивных и исполнительных информационных системах.

Творение многоуровневых автоматических систем управления материальными потоками соединено с вескими расходами, в главном в сфере исследования программного обеспечения, которое, обеспечивает многофункциональность системы, а с иной – высшую ступень ее интеграции. В этой связи при разработке автоматических систем управления в области

логистики обязана изучаться вероятность применения сравнимо дешевых программ с его адаптацией к местным условиям.

Информационные системы, несмотря на то, что относятся к разным группам, формируют единую информационную систему. Различают вертикальную и горизонтальную форму [17]. Вертикальной считается связь между плановой, диспозитивной и исполнительной системами, с помощью вертикальных информационных потоков. Горизонтальной является связь между отдельно сгруппированными задачами в диспозитивных и исполнительных системах с помощью горизонтальных информационных потоков.

На сегодняшний день созданы практически абсолютные пакеты программ. Но применимы они не во всех обликах информационных систем. Эти пакеты находятся в зависимости от значения стандартизации решаемых при достижении в управлении материальными потоками задач.

Высокий уровень стандартизации во время достижений целей в плановых информационных системах, собственно разрешает с меньшими проблемами адаптировать это обычное программное обеспечение [4].

В диспозитивных информационных системах вероятность использования обычного пакета программ ниже, это вызвано рядом причин, на пример:

- производственный процесс на предприятиях формируется поэтапно и тяжело поддается существенным изменениям во время стандартизации;
- структура базы данных весомо разнится у каждого вида пользователей.

В исполнительных информационных системах в процессе управления применяют индивидуальное программное обеспечение [32].

Задачи информационно логистических информационных систем:

- в плановых информационных системах - выполнить сквозное проектирование в цепи «снабжение - производство - сбыт», ввести

логистическую систему в внешнюю среду, в общий материальный поток;

- в диспозитивных и исполнительных системах - детализация намеченных проектов, обеспечение их исполнения на отдельных производственных участках, на складах и на определенных местах работы;

1. 3. Принципы построения информационных систем в логистике

Принцип — поочередного продвижения по шагам издания системы — обязан соблюдаться и при расчете логистических информационных систем.

В рамках предприятия информационное обеспечение можно разделить на первичные и вторичные.

Первичные функции выделены:

- создание массовой информации;
- создание потоков информации;
- организация процессов сбора, хранения, обработки и транспортировки информации [8].

При формировании и создании массовой информации широко используются унифицированные системы документации и классификаторы, которые позволяют структурировать большой объем информации организации в базу данных.

Выполняемые функции организации потоков информации дают результат для следующих управленческих процедур:

- поиск источников и потребителей информации при согласовании со специальными функциями и задачами управления;
- поиск состава информации, периодичности её форм и цикличности представления;

- учет и формирование документооборота;
- использование комплекса методов для организации потоков информации;
- установление порядка составления, оформления, регистрации, согласования и утверждения документов.

Организация процесса сбора, хранения, обработки и транспортировки информации предполагает:

- снабжение научно-технологических процессов важными техническими средствами;
- распределение между подразделениями и отдельными исполнителями задач по подготовке и передаче информации от места её происхождения до потребителя.

Вторичным перечнем возможностей подсистемы считается обеспечение управленческого персонала научно — технической информацией о российских и зарубежных достижениях науки, техники, экономики, использованных в производстве, передовом российском и зарубежном опыте в сфере управления.

Разумеется, собственно подсистема информационного обеспечения для исполнения перечисленных выше функций обязана быть сформирована согласно требованиям и стандартам [22]. Специфичность работы подсистемы информационного обеспечения заключается в том, собственно в ходе основной работы она обязана иметь вероятность оказывать действие на все многофункциональные подсистемы организации.

В настоящее время на предприятиях применяют 3 варианта организации подсистемы информационного (см. табл. 1.3).

Для того чтобы сделать выбор в пользу одного из методов организации подсистемы информационного обеспечения на предприятии, необходимо учитывать почти все причины, и объемы организации, систему управления, имеющихся в ней бизнес-процессов, присутствия независимых денег. Необходимо отметить, что собственно подсистема информационного

обеспечения в текущее время достигла высокого значения квалификации, что включает в себя пристальное внимания к собственной организации [19].

Таблица 1.3 – Варианты организации подсистемы информационного обеспечения на предприятиях

№ п/п	Вид	Описание	Преимущество	Недостатки
1	централизованный	вся работа по информационным технологиям сосредоточена в одном управлении (подразделении) и подчиняется конкретно высокому управлению фирмы сознательному за информационные системы и технологии	обеспечение высокой эффективности работы по внедрению новых информационных систем и технологий	высокие затраты на содержание аппарата управления
2	децентрализованный	специалисты различных многофункциональных подразделений делают функции управления информационными системами любой в собственном направлении	высокий уровень знаний предметной области менеджера по информационным системам	дублирование однотипных задач и функций в разных подсистемах
3	специализированный	отсутствует подразделение по информационным технологиям. По мере надобности введения автоматической системы эти организации обращаются в специализированные компании и делают работы на договорной базе. Типично для организаций, которые не в состоянии иметь собственных профессионалов в сфере информационных технологий	высокий уровень научных и методических разработок	сложность учета всех специфических особенностей объекта

Внедрение компьютерных технологий и передовых программ дает возможность улучшить в значительной степени быстрота и свойства управленческих решений. Инновационное развитие логистики практически во всем сформировалось благодаря неизменному внедрению во все сферы бизнеса информационно компьютерных технологий. Реализация большинства логистических концепций SDP, JIT, DDT производится с помощью быстродействующих компьютеров, локальных вычислительных сетей, телекоммуникационных систем и информационно-программного обеспечения.

Разные информационные потоки, проходящие внутри и между составными частями логистической системы и внешней средой, образуют особую логистическую информационную систему для определенного предприятия. Данная система представляется в виде интерактивная структура, включающая в себя: персонал, оборудования и процедуры (технологии), объединенных связанной информацией, применяемой логистическим менеджментом для планирования, регулировки, контролирования и разбора функционирования логистической системы.

Когда в информационной системе выполняется автоматическая обработка информации, то техническое обеспечение содержит в себе компьютерную технику и средства взаимосвязи между компьютерами.

Обширное вторжение логистики в сферу управления напрямую зависит от компьютеризации управления материальными потоками [18]. Компьютер стал незаменимым в ежедневной работе для сотрудников самых различных квалификаций, сотрудники обучены и умеют с ним работать.

Программное обеспечение компьютеров структурировано таким образом, что дает возможность на любом рабочем месте решать сложные и различные задачи по обработке информации. Данная способность микропроцессорной техники позволяет с системных позиций подходить к управлению вещественными потоками, обеспечивая обработку и обоюдный

размен разных форматов информации между разными соучастниками логистического процесса.

При реализации функций логистики на предприятии сочиняют главные направления программы дел:

- выделяются технические средства для выполнения программного задания;
- оформляются запросы к качественным характеристикам, и определяется нужный размер денежных и трудовых ресурсов;
- определение базисных способов формирования программных заданий;
- отбор организационной формы воплощения программных заданий;
- составление сетевой модели выполнения этапов и работ;
- исследование системы критериев оценки и мотиваций действий;
- организация контроля, учета и оценки хода работ.

Логическая система на предприятии показывает эффективность только после выполнения условий для ее интеграции в нынешние производственные и платные процессы [9]. Эта особенность решается методом составления информационного обеспечения, которое соответствует виду производства и его размеру и другим чертам производственной структуры компаний. Помимо прочего к соответствующему процессу относятся «актуальные обзоры» фондов (присутствие практических и намечаемых заявок, содержание производственных основных и второстепенных складов) и сроков (поставки, обработки, ожидания, простои, соблюдение сроков). Для сбора этих данных производственная система по всему предприятию располагает «датчиками и измерительными инструментами», которые контролируют объемы и сроки текущих процессов.

Логическая система формирует требования и для вычислительной техники:

- автоматизированный сбор информации и данных об автотранспортных средствах и средствах производства;

- структурирование внутрипроизводственной информационной системы поддержки принятия решений, которая в каждый момент содержит актуальную информацию о ходе производственных действий по каждому участку компании.

В текущее время в кругу партнеров обширно распространяются технологии безбумажных носителей информацией [8]. На транспорте вместе с грузом по каналам связи интернет синхронно с багажом передается информация, имеющая о любой отправляемой единице все нужные ей свойства продукта и реквизиты [18]. При таковой системе на всех участках маршрута в абсолютно разное время можно обрести исчерпывающую информацию о грузе и на основании этого принимать управленческие решения. Логистическая система дает возможность грузоотправителю получать доступ к файлам, отражающим положение транспортных услуг и загрузку транспорта.

Вероятен автоматический документальный обмен между изготовителями продуктов и большими торговыми центрами, включающий обмен затратными и автотранспортными фирмами при прямой отправки продуктов от производителя к потребителю [5]. При помощи технологии безбумажных разменов информацией клиент сможет конкретно оформить заявки на покупку.

Электронный обмен данными — процесс, который разрешает при помощи компьютеров сделать взаимосвязь между компаниями, заключить сделку при помощи масштабных и локальных вычислительных сетей, которые конкретно организуют взаимодействие среди компьютеров разных фирм [26]. Чтоб воплотить данные способности, фирмы заключают шаблонные протоколы обмена и заключают друг от друга контракты

При формировании логистических информационных систем на технической базе необходимо внедрять определенные принципы, которые подробно представлены на рис. 1. 6

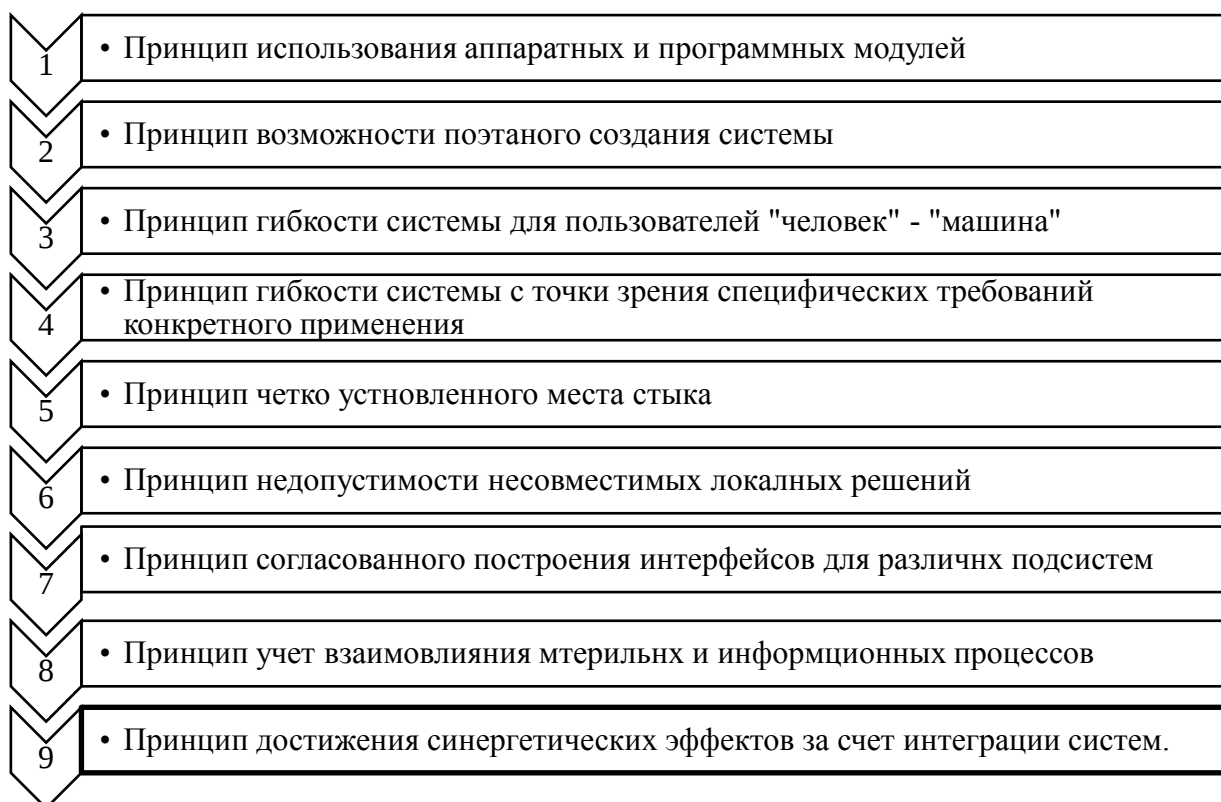


Рисунок 1. 6 – Принципы построения информационных логистических систем

Системный подход к проектированию систем предугадывает конкретную очередность деяний, согласно с коей сначала характеризуют задачу функционирования системы, потом определяют привязку к ней, потом сформировывают приблизительно некие подсистемы, из которых в конечном итоге синтезируют систему, используя при всем этом аспекты выбора.

Целью функционирования логистической информационной системы считается присутствие подходящей информации, в подходящем месте, в необходимое время с наименьшими расходами.

2 Анализ логистической информационной системы на предприятии ОАО «Мегафон-ритейл»

2.1 Общая организационно – экономическая характеристика предприятия

ОАО «Мегафон Ритейл» - телекоммуникационная фирма и компания общероссийских операторов мобильной взаимосвязи стандартов GSM и UMTS. Работает в 83 субъектных единицах РФ, в Таджикистане, также на территории Абхазии и Южной Осетии. Наиболее развернутое название фирмы - Открытое акционерное общество «Мегафон Ритейл».

На сегодня компания имеет в управлении широкий охват. Компания имеет более развитый стандарт 3G в стране, тем показывается фаворитом рынка сотовой связи по объему выручки от услуг мобильной передачи данных. Творя возможность имеющегося подъема, «Мегафон Ритейл» одним из первых тестировал в РФ сеть передачи данных 4-ого поколения 4G. Компания «Мегафон Ритейл» выделяет предоставление на безупречный диапазон услуг мобильной и концентрированной взаимосвязи миллионам абонентам в РФ и за ее границами, большим корпорациям и государственным органам, организациям малого и среднего бизнеса. Сервисный центр обслуживания клиентов компании, служит некоторой составляющей частью, он оборудован современным оснащением, соответствующим всем требованиям клиентов.

Компания дает предложения для различных масс покупателей, от неофициальных абонентов до телекоммуникационных операторов разных систем, гарантирует реализацию услуг и сервис абонентов во всяком уголке РФ. В компании работает отдел прямых продаж, сориентированный на сервис общих покупателей. В РФ компания ОАО «Мегафон Ритейл» активизирует бизнесом на базе огромных регионов, собственно санкционирует механизм

бизнес-процессов, политику тарифов и событий, нацеленных на специфику каждого отдельного региона.

ОАО «МегаФон Ритейл» - дочерняя компания ОАО «МегаФон», развивает розничный бизнес Компании МегаФон. В текущее время розничная сеть «МегаФон» содержит 1750 салонов связи в 450 городах России. В компании трудится более 12 тысяч человек. В салонах связи МегаФон осуществляется сервис действующих и подключение новых абонентов Компании МегаФон, также реализуются продукция под брендом «МегаФон», мобильные устройства и девайсы к ним.

В Тольятти розничная сеть «Мегафон» представляет собой 13 салонов связи: 1 салон в Комсомольском районе, 4 салона в Центральном районе и 8 салонов в Автозаводском районе. Общее число сотрудников розницы составляет 84 человека, в каждом салоне работает от 3 до 10 человек, в зависимости от ТОПа салона и его проходимости.

Строение организации управления в компании базируется по позиции подвластности нижестоящих служащих вышестоящим, а аналогично работает своего рода скелетом, материализует все типы отношений компании с покупателями, как во внутренней среде, так и во внешней. По размаху управления организационная структура компании нацелено на наиболее ограниченный объем координации сотрудников, другими словами выдает 2 следующих итога: вроде как, малозначительная доля подчиненных у одного начальника содействует упрощению ратификации управленческих решений, активизирует обмен сведениями, с другой стороны, это означает рост уровня контроля, уменьшение основательной роли неформальной системы.

Организационная структура предприятия представлена на рисунке 2.1, основные экономические показатели деятельности – в таблице 2.1.

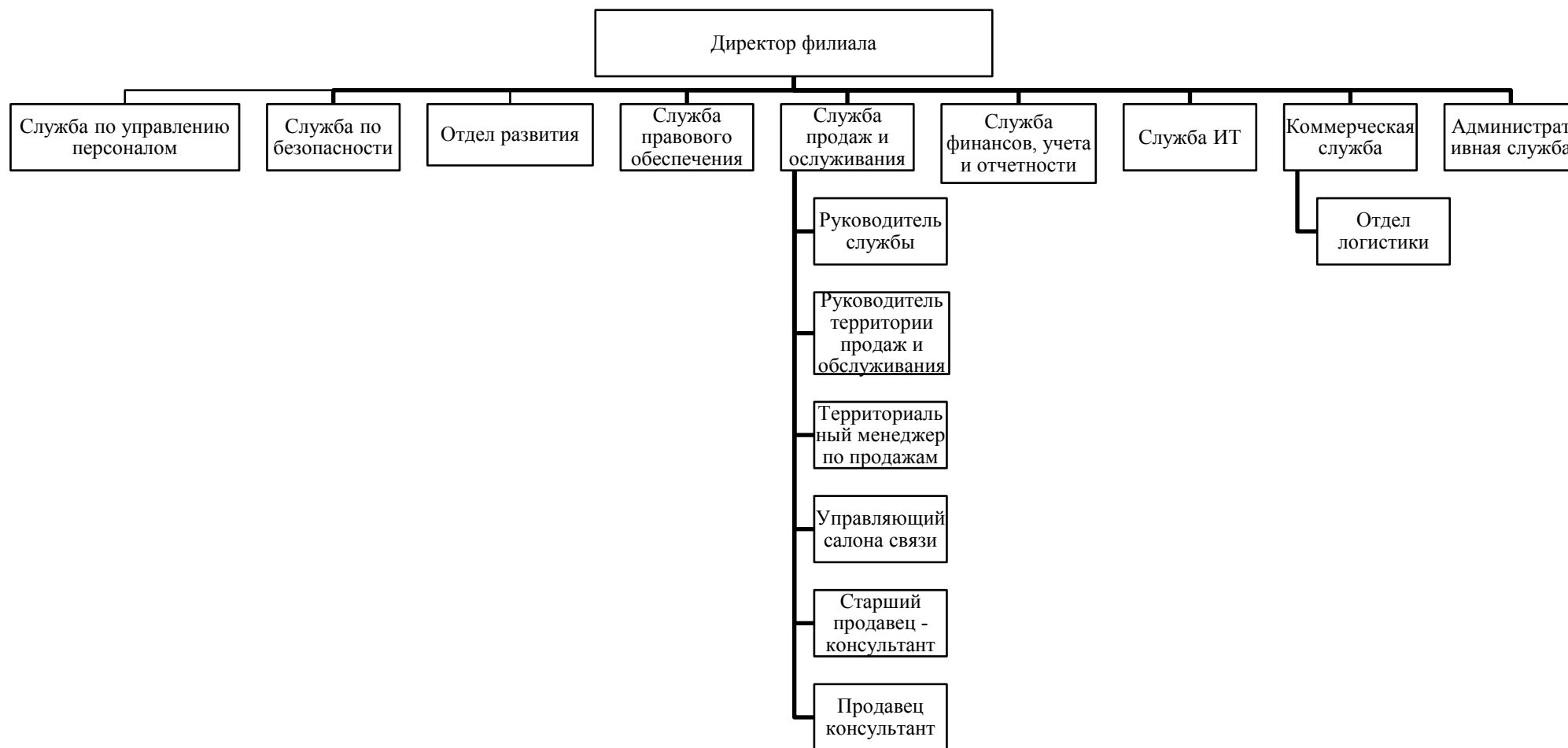


Рисунок 2.1 - Организационная структура ОАО «Мегафон-ритейл»

Линейная организационная структура, по которой исполняется сейчас управление ОАО «Мегафон», основывается на принципе единства распределения поручений, сообразно которому право отдавать постановления имеет лишь вышестоящая инстанция. Соблюдение данного принципа обязано гарантировать согласие управления.

Управление предприятия аналогично уделяет много времени внешнему облику служащих. Все сотрудники имеют чрезвычайно чистоплотный и ухоженный вид. Так как полезное воспоминание о компании формируется не только предоставления тех или иных услуг, но и от общего впечатления о персонале фирмы.

Помимо всего этого, управление ведет неизменный разговор с работниками, слушая их просьбы и предложения по работе, постарается увеличивать квалификацию сотрудников посредством разных курсов, семинаров.

Таблица 2. 1 – Основные технико-экономические показатели ОАО «Мегафон-ритейл» за 2013-2015 г.г.

Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Изменение					
				2013-2014гг.		2014-2015гг.		2013-2015г.г.	
				Абс (гр.3- гр.2)	Относ. (темп прирост а), % (гр3-гр2) ×100%/г р.2	Абс. (гр4- гр.3)	Относ. (темп прирос та), % (гр4- гр.3) ×100% /гр.3	Абс · (гр. 4- гр.2)	Относ. (темп прироста), % (гр.4- гр.2)×100%/ гр.2
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Выручка ¹ , тыс.руб.	15.2	25.6	31.4	10.4	68.4	5.8	22.6	16.2	106.8
Себестоимость продаж ¹ , тыс.руб.	11.3	18.4	21.3	7.1	62.8	2.9	15.7	10	88.5
Валовая прибыль ¹ (убыток), тыс.руб.	2.2	4.2	4.8	2	1.81	0.6	0.08	2.6	3.07
Управленческие расходы ¹ , тыс.руб.	51	123	94	72	141.2	-29	-23.6	43	84.3
Коммерческие расходы ¹ , тыс. руб.	65	93	109	28	43	16	17.2	44	67.8

Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	2.3.	4.4	4.8	2.1	91.3	0.4	9	2.5	108.7
Чистая прибыль ¹ , тыс. руб.	1.2	2.5	2.9	1.3	52	0.4	16	1.7	141.6
Основные средства, тыс. руб.	102	140	188	38	37.2	48	34.3	86	84.3
Оборотные активы ² , тыс. руб.	16.2	21.5	22.6	5.3	32.7	1.1	5.1	6.4	39.5
Численность ППП, чел.	74	82	87	8	9,75	5	2,06	13	17,5
Фонд оплаты труда ППП ³ , тыс. руб.	243	348.3	367.2	105.3	43.3	18.9	5.4	124.2	51.1
Производительность труда работающего, тыс.руб. (стр1/стр.10)	9754	16320	8405	6566	67.3	7915	48.5	-1349	-13.8
Среднегодовая заработная плата работающего, тыс. руб. (стр11/стр10)	134	209	333	75	56	124	59.3	199	148.5
Фондоотдача (стр1/стр8)	125	181	132	56	44.8	-49	-27.07	7	5.6
Оборачиваемость активов, раз (стр1/стр9)	0.78	1.06	1.08	0.28	35.9	0.02	1.8	0.3	38.5
Рентабельность продаж, % (стр7/стр1) × 100%	9.4	12	5.3	2.6	27.6	-6.7	-55.8	-4.1	-43.6
Рентабельность производства, %	8.1	12.4	6.25	4.3	53.08	-6.15	-49.5	-1.85	-22.8
Затраты на рубль выручки, (стр2+стр4+стр5)/стр1*100 коп.)	89.9	81.3	79.8	-8.6	-9.6	-1.5	-1.84	-10.1	-11.2

Данные таблицы показывают, что за период 2013-2015 г.г. стоимость основных средств предприятия увеличилась на 84.3%, так же, как и величина оборотных активов на 39.5%. Эти показатели характеризуют увеличение доли собственного капитала предприятия. Выручка составила 106.8%, в связи с увеличением оборота продаж продукции компании. Произошло увеличение фондоотдачи на 5.6%. Валовая прибыль составила 3.07%, так как увеличились выручка и себестоимость от продаж. Коммерческие расходы увеличились на 67.8%, в связи с увеличением затрат на рекламу, маркетинговые исследования, транспортировку. Увеличение управленческих расходов на 84.3% связано с увеличением общехозяйственных расходов. Прибыль увеличилась на 108.7%, чистая прибыль увеличилась на 141.6%, что связано с увеличением прибыли до налогообложения. Показатели

рентабельности продаж и производства снизились на 43.6 и 22.8%, этому способствовало превышение темпов роста выручки о реализации над темпами роста прибыли от продаж.

В период 2013-2015 г.г увеличилась численность персонала на 41.6%, фонд оплаты труда увеличился на 51.1%. Производительность труда рабочих снизилась на 13.8%.

2. 2 Оценка информационной логистической системы на предприятии

В Тольятти рынок сотовой связи до марта 2016 года был представлен «большой тройкой» федеральных операторов: «Мегафон», «МТС», «Билайн», сейчас же набирает клиентскую базу новый оператор «Теле 2». Клиентская база у компании Мегафон, как у оператора составляет более 70% от всего рынка, более подробно охват рынка можно увидеть на рис 2.2

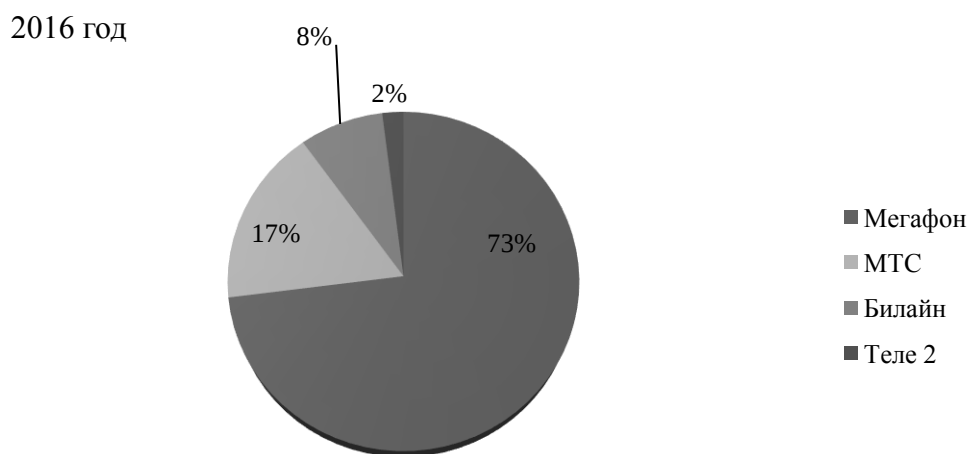


Рисунок 2.2 – Клиентская база сотовых операторов в г. Тольятти 2016 г.

Исходя из данной диаграммы, следует сделать вывод о том, что ПАО «Мегафон» занимает первое место на рынке сотовой связи в городе Тольятти. Доля пользователей сети «Мегафон» составляет 73%, на втором

месте «МТС» доля пользователей данного вида сети - 17%, на третьем месте «Билайн» - 8%, а Теле 2 занимает четвертое место с результатом 2%.

Для того чтобы получить ясную оценку информационно логистической системы организации и ситуации на рынке, необходимо провести SWOT-анализ, который представлен в виде таблицы 2. 2.

Таблица 2. 2 – SWOT – анализ ОАО «Мегафон-ритейл»

Сильные стороны: – Крупна зона покрытия. Работает во всех 83 субъектах Российской Федерации, а также в Таджикистане и на территории Абхазии и Южной Осетии. – Высокое качество услуг. Имеется ввиду, малая доля сбоев и ошибок сети, а также перегруженность. – Постоянное внедрение новых услуг и технологий. – Имидж марки. МегаФон можно назвать в какой то степени престижным оператором. Маркетинговые ролики позиционируют своих абонентов как успешных и активных людей строящих новую жизнь.	Слабые стороны: – Огромные потери на обслуживания сети. Большая зона покрытия сети требует большее количество базовых станций, что влечет за собой дополнительные расходы на установку и техническое обслуживание этих станций. – Высокая стоимость. Расценки на голосовые и другие услуги выше чем у конкурентов. – Низкая ценность инноваций для потребителя. Малодекаательность внедрения новых услуг, неготовность большинства абонентов оценить новые возможности и соответственно нести дополнительные расходы за них. – Однотипность рекламы для всех сегментов потребителей. Эмоциональная окрашенность имиджевой информации в рекламе часто отпугивает покупателя со средним достатком.
--	--

Продолжение таблицы 2. 2

Возможности: – Благоприятные демографические изменения. Повышение рождаемости. – Снижение уровня конкуренции. Позволит уменьшить расходы на рекламу, и не снижать цены на услуги. – Увеличение уровня доходов населения. Увеличит сумму расходов населения на услуги сотовой связи. – Увеличение информационной грамотности молодых людей. Увеличит спрос на дополнительные услуги (интернет, мобильное телевидение и т.д) – Понижение налогов и сборов. – Понижение цен на взаимодополняющие товары и услуги. Повлечет за собой спрос на услуги компании. – Рост спроса на дополнительные сервисы. В случае роста спроса на дополнительные сервисы прибыль фирмы увеличится.	Угрозы: – Низкий темп роста рынка (сокращение роста). Повлечет за собой ужесточение конкурентной борьбы, снижение цен и т. п. – Большое число конкурентов. – Снижение цены у конкурентов. Может вызвать отток абонентов, либо необходимость также снизить цены и соответственно прибыль. – Расширения зоны покрытия конкурентами. Повлияет на уровень конкуренции особенно в населенных пунктах, которые до этого не были освоены другими операторами. – Выход на рынок новых услуг заменителей. Появление на рынке новых более привлекательных услуг связи. – Снижение уровней доходов населения. Уменьшится сумма расходов населения на услуги сотовой связи.
--	---

Информационная логистическая система в организации ОАО «Мегафон-ритейл» - это непростая структурированная финансовая система, состоящая из взаимосвязанных в единичном процессе управления вещественными и структурирующими потоками элементов-звеньев, совокупность которых, границы и задачки функционирования объединены внутренними и наружными целями организации бизнеса.

Уменьшение времени обслуживания посетителя считается главным требованием в телекоммуникации. Вот поэтому, автоматизация работы в

организации ОАО «Мегафон - ритейл» в текущее время характеризуется, как одно из интенсивно развивающихся направлений.

Благодаря программным решениям, которые охватывают различные направления ведения работы, организации проще удержать имеющихся посетителей и заинтересовать новейших. Конкретно оперируя принципами технологичности ОАО «Мегафон – ритейл» получил автоматизацию процессов всех кассовых операций, увеличив при этом качество обслуживания клиентов и сократив время на обслуживание.

Информационная логистическая система представлена в виде Универсального рабочего места кассира, уникальный проект, который был разработан специально для организации ОАО «Мегафон-ритейл».

Универсальное рабочее место кассира (УРМК) – это совокупность программ для эффективного и быстрого обслуживания абонентов. Данная программа есть у каждого сотрудника розницы, от продавца-консультанта до директора филиала. Каждый сотрудник для входа в программу использует свои личные логины и пароли, при этом достаточно ввести один пароль и все программы будут запущены.

На рисунке 2. 3 изображена схема программы УРМК для организации ОАО «Мегафон-ритейл», исходя из которой, можно сделать вывод, что УРМК представляет собой совокупность программ, которые интегрированы в одну обособленную систему, работающую на достижение целей компании.

Каждая программа в УРМК взаимосвязана с другой, это сделано, во-первых, для эффективной работы сотрудников компании, качественного обслуживания клиентов; во-вторых, для получения прибыли и решения ежедневных задач компании.

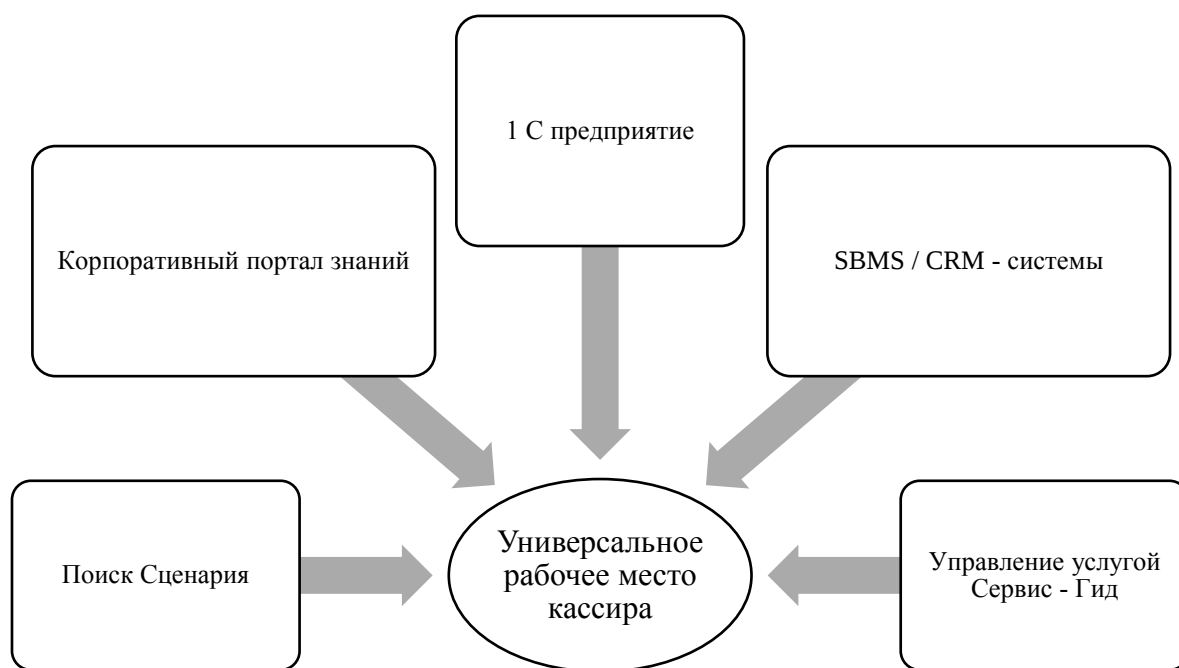


Рисунок 2. 3 – Структура программы Универсальное рабочее место кассира

Для того, чтобы оценить сильные и слабые стороны системы УРМК, как информационно логистической системы, необходимо провести анализ каждой программы, в разрезе выполняемых функций организации (см табл. 2. 3).

Таблица 2. 3 – Анализ программ, интегрированных в УРМК

Интегрированная программа	Описание	Какие функции реализует в компании
Поиск сценария	Через эту вкладку заключаются новые договора на обслуживание с физическими и юридическими лицами; оформление кредитных заявок	Оформление контрактов – получение выручки от новых абонентов; продажа товаров в кредит – увеличение товарной выручки от оборудования и аксессуаров
Корпоративный портал знаний	Содержит в себе актуальную и архивную информацию о реализуемых услугах и продуктах компании Мегафон	Сотрудники используют портал знаний для обслуживания клиентов, предоставляя тем самым самую достоверную информацию, и, достигая цель компании – счастливый клиент

1 С предприятие	Предназначена для ведения торгово-складского учёта на предприятиях. Функциональные возможности управления отношениями с клиентами (CRM), а также возможность планирования продаж и закупок.	Оформление продаж; Оформление заявок по клиентскому браку и контроль их выполнения; перемещение и приход товара; реализация финансовых услуг (переводов, лотерей, страхование)
SBMS / CRM - системы	Проект SBMS предопределен для ведения базы данных учета клиентов (организаций и лиц) обслуживаемых в компании, выдвинутых им счетов, заключенных соглашений, других свидетельств, товаров и услуг, сотрудников компании.	Создает автоматическую работу узла продаж, финансового узла и других отделов, участвующих в ходе продажи услуг клиентам.

Исходя из анализа, который приведен в таблице можно сделать вывод, о том, что все необходимые функции в организации объединены в одной логистической системе под названием УРМК. Необходимо заметить, что организация ставит перед собой цель увеличение товарной выручки, за счет продвижения более дорогого товара в кредит.

На данный момент в организации ОАО «Мегафон-ритейл» в городе Тольятти заключены договора с тремя крупными банками партнерами: ОАО Альфа-банк, ОАО ОТП Банк, ООО Хоум кредит энд Финанс Банк. В кредит нельзя продавать: SIM-карты, тарифные планы и карты экспресс оплаты. Максимальное количество товара по кредиту не может превышать количество товара, предусмотренного основным требованием банков для продукта, который был выбран клиентом. В кредитных документах не допускается наличие ошибок и/или исправлений. В случае выявления в предоставленных документах ошибок и/или исправлений, сотруднику салона связи Мегафон переоформить некорректно заполненные документы, аннулировав предварительно неверно оформленный кредитный договор.

Осуществлять оформление кредитов могут только сотрудники, сдавшие итоговый экзамен и перешедшие на должность Продавца –

консультанта, изучившие инструкцию по оформлению кредитов и прошедшие обучение в банках.

Сотрудники оформляют кредиты в трех банках, соответственно, используют разные программы, так как у каждого банка свое программное обеспечение (см. табл. 2.4).

Таблица 2. 4 – Информационно логистическая система банков в организации ОАО «Мегафон – ритейл»

Описание Банк партнер	Программное обеспечение банка	Технология оформления
Альфа-банк	SLOP CF	Сотрудник ССМ самостоятельно оформляет Кредитный договор
ОТП Банк	Oracle Siebel CRM 8.0	Сотрудник ССМ самостоятельно оформляет Кредитный договор; Сотрудник банка, находящийся на территории ССМ, оформляет кредитный договор
Хоум кредит энд Финанс Банк	WEB - client	Сотрудник ССМ самостоятельно оформляет Кредитный договор; Сотрудник банка, находящийся на территории ССМ, оформляет кредитный договор; Сотрудник ССМ оформляет кредитный договор по телефону через Оператора Кредитного Отдела

Исходя из данных таблицы, можно сделать вывод, что сотрудник ССМ в своей работе использует три различных программы для подачи заявки на кредит, что в свою очередь увеличивает время ожидания клиента для совершения покупки.

После получения одобрения от банка, сотрудник ССМ совершает продажу в 1 С, необходимо внимательно внести данные с кредитного договора на основании спецификации, для того чтобы исключить ошибку и не допустить образование дебиторской задолжности.

Отправка кредитной документации из ССМ должна проводиться с первым заездом сотрудника банка, но не позднее семи дней после оформления кредита. Забирает кредитные договора сотрудник банка, а также он готовит реестр по передачи кредитного договора. В реестре должна быть подпись и расшифровка подписи передающего и принимающего сотрудников. Реестр подписывается в двух экземплярах и на бумажном носителе. Один экземпляр остается в салоне связи, другой – у сотрудника банка. В случае возникновения ошибки в кредитном договоре, для ее исправления документация отправляется специалисту по коммерции организации ОАО «Мегафон-ритейл», от которого через водителя-экспедитора отправляется в салон связи для исправления (см. рис. 2.4).

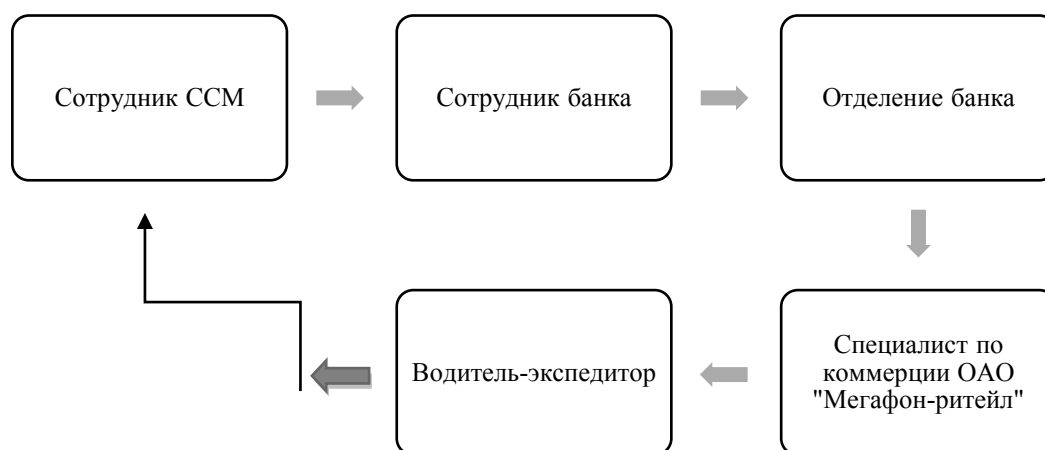


Рисунок 2. 4 – Структура дальнейшей работы с кредитной документацией ОАО «Мегафон – ритейл»

При описании процессов для каждой из работ указывается два времени: время ожидания и время выполнения. Время ожидания – это время, в течение которого сотрудник, ответственный за выполнение обозначенной работы, должен начать выполнять работу. То есть это время, в течение которого работа находится в очереди на выполнении или передается между группами. Время выполнения – это время, в течении которого сотрудник

непосредственно выполняет работу. Для каждого времени указывается три значения: min – минимальное, max – максимальное, avg – среднее. Все значения указаны в минутах. Продолжительность рабочего дня берется равной 8 часов.

Главный показатель, с помощью которого можно определить насколько эффективно организована информационно логистическая система в организации ОАО «Мегафон – ритейл» - это время, обслуживания клиента, а также послепродажное сопровождение. Для анализа используем карточку учета времени, по которой можно посчитать, сколько времени уходит у сотрудника на работу с кредитом и кредитной документацией в рамках логистики организации (см. табл. 2. 5). Все данные в таблице указаны в минутах.

Таблица 2. 5 – Временные показатели процесса работы по оформлению и сопровождению кредитной документации в организации ОАО «Мегафон-ритейл»

Работа	Время ожидания (минуты)			Время выполнения (минуты)			Исполнитель
	avg	min	max	avg	min	max	
Запуск одной из программ банка для оформления заявки в кредит	0	0	0	6	3	10	Сотрудник ССМ
Оформление заявки и идентификация клиента	6	3	10	25	20	40	Сотрудник ССМ
Отправка заявки/статус	5	3	10	2	1	5	Сотрудник ССМ

Продолжение таблицы 2. 5

Работа с заявкой, по которой получено положительное решение (подписание кредитного договора, пробитие продажи в 1 С)	2	2	10	10	7	15	Сотрудник ССМ
Работа с заявкой, по которой получено отрицательное решение (запуск другой программы банка для оформления повторной заявки)	0	0	0	6	3	10	Сотрудник ССМ
Отправка документации по реестру в банк	1920	480	3360	5	3	7	Управляющий ССМ
Получение кредитного договора из банк, в случае выявления ошибки	14440	10080	20160	5	3	10	Управляющий ССМ

Продолжение таблицы 2. 5

Повторная отправка документации по реестру в банк	1920	480	3360	5	3	7	Управляющ ий ССМ
Итого:	18293	11048	26910	64	43	104	

По результатам анализа следует, что в случае отказа одного из банков, сотруднику необходимо подавать новую заявку в другой банк и, соответственно, вводить все данные клиента заново. Данная ситуация может привести к потере клиента, так как не многие согласятся потратить время на заполнение новой заявки, а, следовательно, это упущенная выгода для организации. Кроме этого, стоит отметить, что на отправку документации и получении ее на исправление может уходить до двух недель, что повышает риск образования дебиторской задолженности, что в свою очередь влияет на прибыль компании. Все реестры передаются разным сотрудникам банка, имеют бумажный вариант, разного формата и нигде не зафиксированы.

3. Разработка мероприятий по совершенствованию информационной логистической системы ОАО «Мегафон-ритейл»

3.1 Рекомендации по созданию и внедрению информационных логистических систем

В результате проведенного во второй главе бакалаврской работы анализа установлено, что процесс оформления товара в кредит в организации ОАО «Мегафон-ритейл» трудоемкий процесс, как для сотрудников, так и для логистики предприятия.

По результатам проведенного анализа было выявлено, что существенную долю в информационно логистической системе организации занимает процесс передачи кредитной документации от сотрудников салона связи в банк, а также, наоборот, из банка к сотруднику салона связи для исправления ошибок в кредитной документации. Организации необходимо совершенствование информационно логистической системы.

Решение представленной задачи, на наш взгляд, возможно за счет внедрения в программу Универсальное рабочее место кассира CRM – систему, которая называется Логистика документов.

Логистика документов – это CRM – система, которая подразумевает управление взаимоотношениями с клиентами, ориентированность в поле деятельности автоматизации совокупного управления.

В связи с тем, что программа будет внедрена на одном уровне с другими, такими как 1С или SBMS, это позволит сотруднику сократить время на формирование заявок, а так же упростит работу с самими кредитными договорами по их передаче, повысить эффективность информационно логистической системы организации.

Рассмотрим схему информационно логистической системы для организации ОАО «Мегафон – ритейл» на рисунке 3. 1.



Рисунок 3. 1 – схема программы логистика документов

Программа Логистика документов, представляет собой совокупность всех информационных потоков для работы с кредитными продуктами в рамках деятельности ОАО «Мегафон – ритейл», и включает в себя четыре раздела:

- оформление заявки, раздел в котором сотруднику будут доступны сразу все три банка, что существенно сократит время на обслуживание клиента, а также повысит товарную выручку организации;
- проверка статуса заявки, раздел в котором сотрудник сможет проверить результат рассмотрения анкеты клиента банка, распечатать договор для подписания;
- реестры, раздел, в котором сам сотрудник формирует реестр для передачи кредитного договора в банк, в единой форме (см. рис. 3.1);
- кредитные договоры, раздел, включающий себя информацию по истории кредитного договора.



Рисунок 3. 1 – Структура раздела «реестры»

Внедрение программы логистика документов в УРМК, дает возможность организации усовершенствовать информационно логистическую систему.

3.2 Экономическая оценка эффективности предлагаемых мероприятий

В рамках данной работы предложено мероприятие, способствующие совершенствованию информационно логистической системы организации ОАО «Мегафон – ритейл», а именно внедрение программы логистика документов.

Внедрение программы подразумевает под собой затраты. Рассчитаем примерные затраты, необходимые для реализации предложенного мероприятия.

Первоначально целесообразно оформить заявку на разработку и внедрения в работу программы для организации ОАО «Мегафон-ритейл» логистика документов. Данная задача обойдется организации в 56790 руб.

Программа будет новой для всех сотрудников, поэтому необходимо провести обучение каждого сотрудника розницы. Для этого в организации есть отдел обучения, необходимо воспользоваться услугами тренера. Продолжительность обучения – 4 часа, стоимостью на одного обучаемого 3000 руб. Так, как необходимо обучить 87 действующих сотрудников, общая стоимость обучения составит 261000 руб.

Совокупные затраты на реализацию предложенного мероприятия представлены в таблице 3.2.

Таблица 3.1 - Совокупные затраты на внедрение предложенных мероприятий

№ п/п	Статья затрат	Сумма средств, руб.
1	Стоимость обучения для 87 сотрудников	261000
2	Расходные материалы	56790
Итого:		317790

Таким образом, сумма совокупных затрат на реализацию предложенных мероприятий составит 317790 руб.

Для того чтобы померить эффективность предлагаемого мероприятия, проведем анализ временных показателей процесса работы организации ОАО «Мегафон – ритейл», после внедрения мероприятия. Для анализа используем карточку учета рабочего времени, которая была использована во второй главе бакалаврской работы.

Таким образом, согласно карточке учета рабочего времени и произведенным расчетам, при реализации предложенного мероприятия произойдет увеличение практически всех основных экономических показателей деятельности ОАО «Мегафон-ритейл».

Стоит отметить, что внедрение программы логистика документов позволило повлиять как на время ожидания, так и на время выполнения самой операции. Так, например максимальное время ожидания сократилось на 5938 минуты, а максимальное время выполнение операции сократилось на

22 минуты.

Таблица 3. 2 – Временные показатели процесса работы по оформлению и сопровождению кредитной документации в организации ОАО «Мегафон-ритейл»

Работа	Время ожидания (минуты)			Время выполнения (минуты)			Исполнитель
	avg	min	max	avg	min	max	
Запуск логистики документов	0	0	0	5	2	8	Сотрудник ССМ
Оформление заявки и идентификация клиента	6	3	10	15	15	25	Сотрудник ССМ
Оправка заявки в банк и просмотр статуса заявки	5	3	10	2	1	5	Сотрудник ССМ
Работа с заявкой, по которой получено положительное решение (подписание кредитного договора, пробитие продажи в 1 С)	2	2	10	8	5	12	Сотрудник ССМ

Продолжение таблицы 3. 2.

Работа с заявкой, по которой получено отрицательное решение (запуск другой программы банка для оформления повторной заявки)	0	0	0	6	3	8	Сотрудник ССМ
Отправка документации по реестру в банк	1780	360	2782	5	3	7	Управляющий ССМ
Получение кредитного договора из банка на доработку, в случае выявления ошибки	9870	8000	15200	5	3	10	Управляющий ССМ
Повторная отправка документации по реестру в банк	1920	480	2960	5	3	7	Управляющий ССМ
Итого:	13583	8848	20972	51	35	82	

Благодаря тому, что нет необходимости открывать три программы всех банков, так как они все соединены в одной, повышается лояльность клиентов

к компании и товарная выручка организации (см. таблицу 3. 3), а так же все кредитные договора из салона связи напрямую передаются в банк и фиксируются в логистике документов, что сокращает ошибки и возможности появления дебиторской задолженности.

Таблица 3.3 - Прогнозные изменения основных экономических показателей ОАО «Мегафон-ритейл» в результате внедрения предложенных мероприятий

Показатели	До внедрения мероприятий (2015 г.)	После внедрения мероприятий	Изменение (+, -)	Темп роста, %
1. Выручка от продажи, тыс. руб.	1966700	2297305	330605	116
2. Прибыль от продажи, тыс. руб.	251006	368871	117865	118
4. Чистая прибыль, тыс. руб.	167689	213455	45766	121

В результате внедрения в компанию ОАО «Мегафон – ритейл» программного обеспечения логистика документа следует ожидать положительных изменений относительно выручки компании. До внедрения мероприятия в 2015 г. выручка от продажи составляла 1966700, после внедрения составит 2297305, этот показатель говорит о том, что наблюдается положительная динамика на 330605, соответственно, 116%. Рассмотрим показатели по прибыли от продажи. До внедрения мероприятия в 2015 г. прибыль от продажи составляла 251006, после внедрения составит 368871, этот показатель говорит о том, что наблюдается положительная динамика на 117865, соответственно, 118%. Показатель чистая прибыль тоже в положительной динамике 45766, 121% соответственно.

Таким образом, мероприятие, разработанное в рамках данной работы, имеет практическую целесообразность и может быть рекомендовано к внедрению.

Заключение

На сегодняшний день для организаций продвигающих услуги сотового оператора ввиду динамично развивающихся рыночных отношений и насыщения рынка является актуальным наличие автоматизированной информационной логистической системы, которая представляет собой совокупность информации, экономико-математических методов и моделей, технических, программных, технологических средств и специалистов, предназначенную для обработки информации и принятия управленческих решений. В связи с этим была определена цель бакалаврской работы, которая заключалась в разработке мероприятия по повышению эффективности информационно логистической системы организации.

В первой главе данной работы определены теоретические основы информационно логистической системы, даны определения таким понятиям как информационный поток, материальный поток. Рассмотрены виды потоков и их функции. Изучены основные виды информационных систем, их взаимосвязи между собой в рамках информационно логистической системы. Изучены принципы построения информационных логистических систем, определены их первичные и вторичные функции, а также информационное программное обеспечение на предприятии.

Во второй главе бакалаврской работы представлена организационно-экономическая характеристика ОАО «Мегафон – ритейл» и проведен анализ основных экономических показателей деятельности организации, в результате, которого, выявлены проблемные аспекты в развитии организации. В ходе анализа специфики работы с кредитной документацией в организации, было выявлено следующее, что действующий алгоритм по работе с кредитными договорами не эффективен, что, в свою очередь, обосновало целесообразность исследования информационно логистической системы.

С целью повышения эффективности информационно логистической системы ОАО «Мегафон - ритейл» в третьей главе бакалаврской работы предложено внедрение программы логистика документов. Данная программа позволит сократить время на ожидание выполнения работы и на выполнение самой работы, а также повысить эффективность информационно логистической системы предприятия. Результаты расчетов ожидаемой экономической эффективности обуславливают целесообразность реализации предлагаемых рекомендаций, следовательно, поставленные в задачи решены, цель работы достигнута.

Библиографический список

1. Демченко А.И. Коммерческая логистика: Учеб. пособие для практ. Занятий / А.И. Демченко; Юж. - Урал. гос. ун-т, Фак. коммерции. - Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2008.
2. Киршина М.В. Коммерческая логистика/ М.В. Киршина. - М.: Центр экономики и маркетинга, 2008.
3. Коммерческая деятельность производственных предприятий (фирм): Учеб. /Санкт-Петербург. гос. ун-т экономики и финансов; О.А. Новиков, В.О. Бахарев, С.А. Уваров и др.; Под общ. ред. : О.А. Новикова, В.В. Щербакова. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2006.
4. Неруш Ю.М. Коммерческая логистика: Учеб. для вузов по направлениям "Менеджмент" и "Коммерция", спец. "Менеджмент", "Коммерция" и "Маркетинг". - М.: Банки и биржи, 2004.
5. Русалева Л.Ю., Мордвинова Л.И. Коммерческая логистика: Учеб. пособие/Новосиб. гос. акад. экономики и упр. - Новосибирск: НГАЭиУ, 2004.
6. Энциклопедический словарь - М., 2001
7. Аникин Б.А., Тяпухин А.П. Коммерческая логистика: Учебник – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2005. – 432 с.
8. Гаджинский А.М. Логистика: Учебник для высших и средних специальных заведений. – М.: Дашков и К, 2004.
9. КуртХэссиг, Мартин Арнольд. Информационная логистика и менеджмент потока работ. - Проблемы теории и практики управления, 1997, №5
10. Попов Г. Логистика для бизнес-процессов. – Настольный журнал ИТ-руководителя "Директор ИС", 2004, №2
11. Попов С.М., Перовская Е.И. Логистическое управление и составление расписаний в производственных системах.
12. Сербин В.Д. Основы логистики. Учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТРТУ
13. Сергеев В.И. Логистика в бизнесе: Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2001. – 608

14. Логистика: Учебник / Под ред. проф. Б.А. Аникина: 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 368 с.
15. Adviss logistics логистический портал: Информационные системы. <http://www.adviss.ru/>
16. Библиотека "Полка букиниста": Менеджмент организации. Логистика
17. Глобальная Информационная Саратовская Система: Бизнес: Учебные пособия: Логистика: Виды информационных логистических систем
18. Дистанционный консалтинг: Портал дистанционного консультирования
19. Портал "Информационные технологии и системы в транспортной логистике". <http://mirkaspb.ru>
20. Портал "Логистика. Задачи и Функции". Рубрика "Информационная логистика" <http://www.aqz.ru>
21. Портал "Бизнес-образование он-лайн". Рубрика "Логистика" <http://www.bizeducation.ru/>
22. Ардатова, М.Р. Логистика в вопросах и ответах: учебное пособие / М.Р. 1. Ардатова. - М.: Москва издательство Проспект, 2005.
23. Искусство управления складом. Улыбина Ю.Н. Бердышев С.Н. Логистика. Формулы, расчеты, определения. 2011 г.
24. Ворожейкина, Т.М. Логистика в АПК: Учебник и учеб. пособия для высш. учеб. заведений / Т.М. Ворожейкина, В.Д. Игнатов. - М.: КолосС, 2005
25. Вельможин А. Закон опережения темпов развития транспорта или закон пропорционального развития? // Автомобильный транспорт. - 2006.
26. Гаджинский А.М. Практикум по логистике. - М.: ИВЦ «Маркетинг», 2005. - 128 с.
27. Ельдештейн Ю.М., кандидат технических наук, доцент кафедры менеджмента КрасГАУ, профессор СибГТУ. Оформление электронной версии: Малышева Ольга Геннадьевна, начальник Центра дистанционного обучения. ФГОУ ВПО Красноярский государственный аграрный университет, 2006 Центр дистанционного обучения, 2009 год;

28. Есенькин Б.С., Крылова М.Д. Московский государственный университет печати. Логистика в книжном деле. Учебник, 2009 год;
29. Загородников С.В. Электронная книга «Логистика. Шпаргалка» 2012.
30. Лошков, Е.А. Маркетинг и логистика. Новые инструменты хозяйствования: учебно-практическое пособие / Е.А. Лошков. - М.: Москва, издательство Экзамен, 2006.
31. Моисеева Н.К. Экономические основы логистики. Учебное пособие под редакцией доктора экономических наук, профессора Сергеева В.И. Рекомендовано Советом Учебно-методического объединения вузов России по образованию в области логистики в качестве учебного пособия по специальности «Логистика». Москва ИНФРА_М 2010 год;
32. ГроссМедиа, РОСБУХ; Москва; 2008;
33. А.Н. Родников. Терминологический словарь. М. Экономика.2009 г.
34. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: 2_е изд., перераб. И доп. - Мн.: ИП «Экоперспектива», 2000. - 498 с.
35. Сергеев В.Я. Логистика в бизнесе: Учебник. М.: ИНФРА_М, 2011.
36. Смехов А.А. Введение в логистику. - ИНФРА_М, 2009. - 319 с.