

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИЙ

О систематизации и представительстве на рынке информационных ресурсов организации*

Токарев
Андрей Николаевич

Кандидат технических наук, доцент
кафедры информационного и
документационного обеспечения
управления Балаковского филиала
РАНХиГС

Andrei N. Tokarev

Candidate of Technical Sciences, Associate
Professor at the Department of
Information and Document Management,
Balakovo branch of RANEP

Очкур
Галина Викторовна

Кандидат технических наук, доцент
кафедры информационного и
документационного обеспечения
управления Балаковского филиала
РАНХиГС

Galina V. Ochkur

Candidate of Technical Sciences, Associate
Professor at the Department of
Information and Document Management,
Balakovo branch of RANEP

e-mail: kpi.ranhigs bf@gmail.com

УДК 004.75

Development of models of business processes of the department of non-profit organization

В статье рассмотрены вопросы моделирования бизнес-процессов организации, на примере подразделения, работающего с ветеранами инвалидами, производства, с помощью методологий структурного анализа IDEF0 и IDEF3. Проанализированы структура и миссия организации, разработаны диаграммы моделей в соответствие с ней и целями организации.

Ключевые слова и словосочетания: бизнес-процесс, моделирование, методология структурного анализа IDEF.

The paper examines the matters of business processes simulation in alignment with a method of IDEF0 and IDEF3 structural analysis on the example of the department dealing with veterans and handicapped. The analysis of the organizational structure and mission is presented; diagrams of models are developed in accordance with the organizational goals.

Keywords: business processes, simulation, method of IDEF structural analysis.

*Статья публикуется в рамках всероссийской конференции, посвященной Дню российской науки, состоявшейся 7 февраля 2020 года в Балаковском филиале РАНХиГС

В современном обществе помимо внимания к традиционным видам ресурсов все больше внимания уделяется информационным ресурсам, приобретающим первостепенную значимость как для ведения учета финансово-хозяйственной деятельности организации, так и для позиционирования и представительства организации на рынке товаров и услуг. Владение информационными ресурсами рассматривается как экономическая категория деятельности организаций любых форм и видов деятельности.

На данный момент отрасль продаж и предоставления услуг находится в лидерах по объему и по обороту финансов. Самые крупные из компаний, занимающиеся реализацией товаров и услуг, по своему масштабу

могут уступить только банковским учреждениям и промышленным компаниям.

Естественно, что при крупных финансовых оборотах, конкуренция в данных отраслях всегда была и будет высокой. Следовательно, требуется нестандартный подход, позволяющий вести конкурентоспособную деятельность и занимать свою долю рынка, в том числе и с помощью открытия своих представительств в сети Интернет. Данная деятельность лежит в плоскости интернет-маркетинга, основанного на использования всех аспектов традиционного маркетинга в сети Интернет, с целью продажи продукта или услуги покупателям и управления взаимоотношениями с ними. Интернет-маркетинг в настоящее время является основной составляющей электронной коммерции. За время своего существования Интернет прошел путь от проекта по созданию единой среды обмена информацией до всеобъемлющей децентрализованной сети, движущей силой которой сегодня все в большей мере становится бизнес [1].

Информационные ресурсы, которые выкладываются организациями в сеть - это совокупность данных, организованных для получения достоверной информации в самых разных областях знаний и практической деятельности [2].

Они могут присутствовать в сети на сайтах, преследующих различные цели. В настоящее время наличие сайта любой компании или организации является неотъемлемой частью их процветания. Сайт необходим для размещения информации постоянной и обновляемой, целью размещения которой является предоставление клиентам сведений, консультационных услуг, цен на товары и многое другое [3].

На рисунке 1 приведена классификация информационных ресурсов по степени развитости присутствия организации в сети Интернет.



Рисунок 1. Классификация информационных ресурсов по степени развитости присутствия организации в сети Интернет

Одними из главных задач информационного сайта – достаточно большого виртуального массива информации, включающего в себя множество различных тематических разделов, являются предоставление потенциальным клиентам основной информации об организации и ее деятельности и привлечение клиентов с помощью рекламного контента.

Таким образом, видится целесообразным анализ рекламного представительства организации на рынке с целью дальнейшего развития ее деятельности.

На рисунке 2 изображена схема IDEF0 контекстной диаграммы функции рекламной деятельности филиала торговой организации ООО «Белфорт-РФ».



Рисунок 2. Контекстная диаграмма функции рекламной деятельности филиала торговой организации ООО «Белфорт-РФ» в г. Балаково

Функциональный блок контекстной диаграммы подвергается декомпозиции. Получившаяся диаграмма, приведенная на рисунке 3, содержит функциональные блоки, отображающие главные подфункции функционального блока.

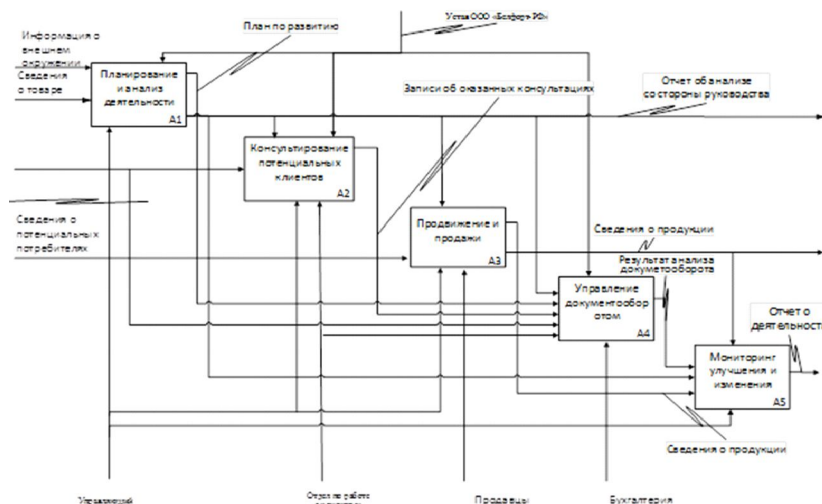


Рисунок 3. Диаграмма декомпозиции функции рекламной деятельности филиала торговой организации ООО «Белфорт-РФ» в г. Балаково

Для улучшения информационного обеспечения деятельности организации и позиционирования ее в сети Интернет информационный ресурс в виде Интернет-сайта должен привлечь потенциального клиента, повысить имидж местного филиала организации, поспособствовать продвижению продаж и повышению прибыли, а также укреплению позиций местного филиала организации в конкретном рыночном сегменте. Одним из главных требований, предъявляемых к информационному ресурсу, является удобный, эргономичный интерфейс. В первую очередь, проектировщику следует обратить внимание на такие характеристики, как цветовая гамма, подбор шрифта (стиля и размера), расположение текста, рисунков и видео материалов на страницах, расположение информационных блоков (рекламы, комментариев, похожих статей и т.д.) и прочее.

Одной из перспективных разновидностей реализации интернет-ресурса организации является реализация Landing Page-сайта или, иначе, одностраничного динамического сайта [4]. Кроме того, до сих пор актуальной остается древовидная структура сайта как наиболее удобная для пользователя с точки зрения навигации [5].

На рисунке 4 представлен возможный вариант главной страницы информационного ресурса организации ООО «Белфорт-РМ».

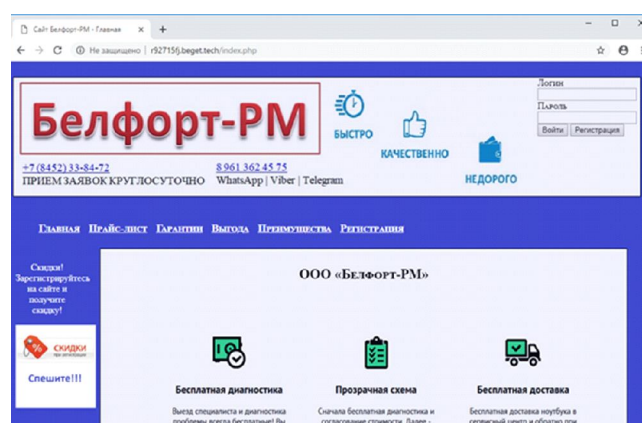


Рис. 4. Главная страница информационного ресурса торговой организации ООО «Белфорт-РМ»

Библиографический список

1. Лукичева Т.А., Лезина Т.А. Эволюция интернет-маркетинга: от публикации сайта до маркетинга социальных медиа (social media marketing) // Экономика и управление. - № 11(73). - 2011. - С.87-92.

1. Об информации, информационных технологиях и о защите информации [Электронный ресурс]: федеральный закон от 27.07.2006 N 149.-ФЗ. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/
2. Ульянова Н.Д., Тарасов Н.Е. Информационный сайт Брянского института повышения квалификации кадров агробизнеса как элемент интеграции науки, образования и информатики // Никоновские чтения. – 2010. - № 15. - С.44-45.
3. Горшков Е.А., Рузанов И.В. Разработка информационного ресурса коммерческого предприятия с использованием системы Bitrix на примере интернет-сайта ООО «Кельт» // Научный аспект. – 2019. - №2. том 13. - С. 1698-1702.
4. Горшков Е.А., Соколов И.Д. Разработка информационного ресурса коммерческого предприятия с использованием системы управления содержанием на примере интернет-сайта ООО «Саратовская лаборатория экспертизы и оценки» // Научный аспект. – 2019. - №2. том 13. - С. 1703-1706.
5. Токарев А.Н. Мировые информационные ресурсы. Учебно-методическое пособие. - БФ РАНХ и ГС, Балаково 2012г. - 48с.
6. Муссиано Чак. HTML и XHTML. Подробное руководство: Учебное пособие/ Муссиано Ч., Кеннеди Б. - 6-е изд. – СПб.: Символ-Плюс, 2012. – 752с.
7. Блюмин А.М. Мировые информационные ресурсы [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Блюмин А.М., Феокистов Н.А. - Электрон. текстовые данные. - М.: Дашков и К, 2010. - 296 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5244>.
8. Рощин С.М. Как быстро найти нужную информацию в интернете [Электронный ресурс] / Рощин С.М. - Электрон. текстовые данные. - М.: ДМК Пресс, 2010. - 144 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/7981>.
9. Савельев А.О. HTML 5. Основы клиентской разработки [Электронный ресурс] / Савельев А.О., Алексеев А.А. - Электрон. текстовые данные. - М.: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2012. - 166с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/16680>.