

УДК 331.108.35

О.Н.Панфилова (5 курс, каф. УКТИ), В.И.Маслов, д.т.н., проф.

РАЗРАБОТКА ЛОГИСТИЧЕСКИХ СХЕМ НА ПРИМЕРЕ ОТДЕЛА МАРКЕТИНГА И ПРОДАЖ ОАО «АРМАЛИТ-1»

Крупные промышленные предприятия, имеющие сложные оргструктуры (матричные, функциональные и пр.) зачастую сталкиваются с одинаковыми проблемами, а именно, проблемами прохождения документов от одного подразделения к другому. Разобщенность различных функциональных подразделений, отсутствие прямых связей между ними (что само по себе вытекает из особенностей этих структур) приводит к тому, что предприятие теряет много времени на различные согласование и утверждение документов, что в конечном итоге удлиняет цикл производства продукции и приводит к увеличению себестоимости.

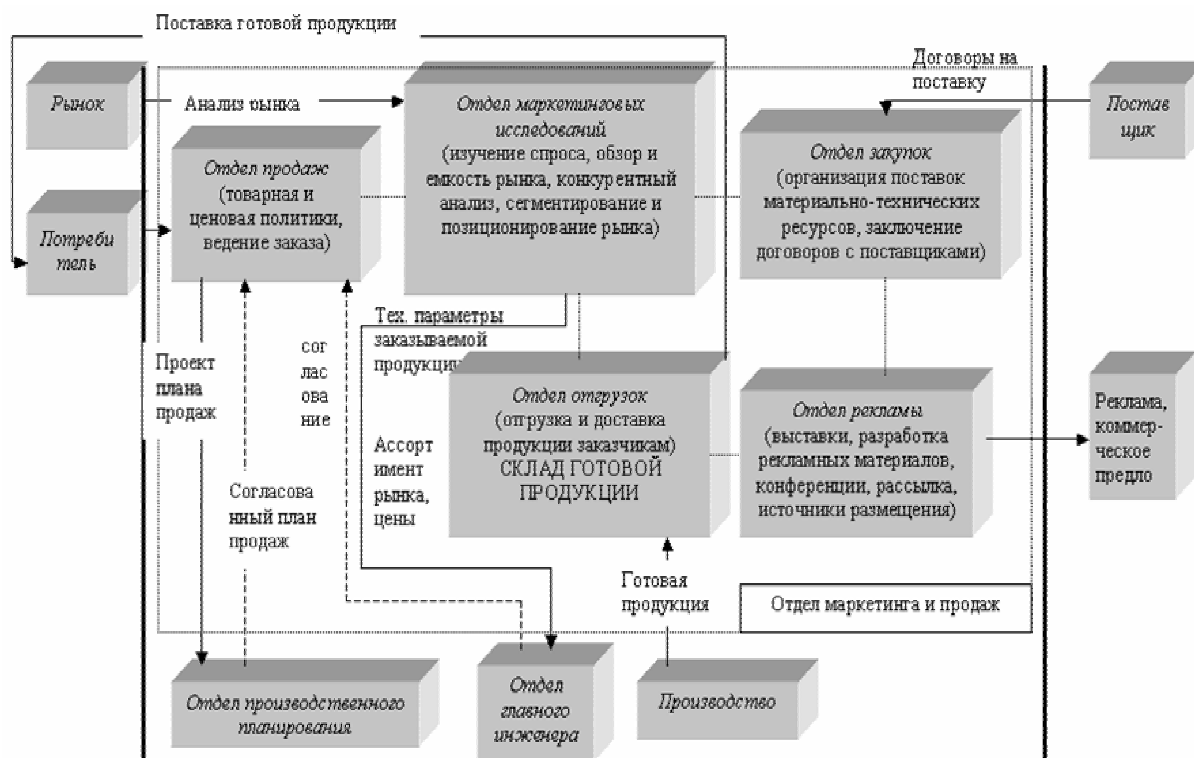


Рис.1 Взаимодействие Отдела маркетинга и продаж с другими функциональными отделами.

Применение логистической координации позволит существенно сократить время, затрачиваемое на прохождение документов по всем необходимым инстанциям. Необходимо создать интегрированную систему регулирования и контроля информационных подразделений. Рассмотрим на примере ОАО «Армалит-1» взаимодействие отдела маркетинга и продаж с другими функциональными подразделениями (см. рис. 1).

Стрелками указаны направления потока информации между рабочими группами отдела маркетинга и продаж с другими подразделениями предприятия. Сплошные линии определяют входящие документы и информацию, а пунктирные – выходящие, чаще согласованные.

Службы предприятия должны оснащаться современной вычислительной техникой, образующей единую сеть, что, несомненно, значительно упростит процесс приема и обработки данных, как исходящих, так и входящих. Для этого используются различные базы

данных. База данных – организованная структура, предназначенная для хранения информации. Наиболее распространены сейчас реляционные базы данных, где вся информация организована в виде таблиц, а все операции сводятся к операциям над таблицам