

УДК 33.330

***ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ
ОРГАНИЗАЦИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ
ОРГАНИЗАЦИИ***

Вайнбаум В.В.¹

Студентка

Уфимский университет науки и технологий

Россия, г. Уфа

Аннотация: в данной статье автором рассмотрена система взаимодействия структурных подразделений компании ООО «Умный ритейл», специализирующейся на доставке продукции и готовой еды с помощью интернет-технологий. В ходе исследования автор установил некоторые проблемные моменты организации взаимодействия структурных подразделений компании, реализуемые посредством интернет-технологий. На основании проведенного анализа было предложено модернизировать систему программного обеспечения в ООО «Умный ритейл», внедрив специальное программное обеспечение, в котором клиент не будет присутствовать в качестве участника.

Ключевые слова: интернет-технологии, интернет-технологии в управлении бизнесом, управление бизнесом, взаимодействие подразделений организации посредством интернет-технологий.

***USING INTERNET TECHNOLOGIES TO ORGANIZE INTERACTION OF
DIVISIONS OF AN ORGANIZATION***

¹ *Научный руководитель – Апокина Кристина Валерьевна, к.с.н, доцент, Уфимский университет науки и технологий, Россия, г. Уфа*

Vainbaum V.V.

Student

Ufa University of Science and Technology

Russia, Ufa

Abstract: in this article, the author examines the system of interaction between the structural divisions of the company "Smart Retail" LLC, specializing in the delivery of products and ready-made food using Internet technologies. In the course of the study, the author identified some problematic aspects of the organization of interaction between the company's structural divisions, implemented through Internet technologies. Based on the analysis, it was proposed to modernize the software system in Smart Retail LLC by introducing special software in which the client will not be present as a participant.

Keywords: Internet technologies, Internet technologies in business management, business management, interaction of organizational units through Internet technologies.

В современном мире интернет-технологии имеют очень важное значение для запуска и развития бизнеса, построения и совершенствования технологических процессов в нем, налаживания связей и взаимодействия его структур. Это обусловлено процессами глобализации и информатизации, получившими свое широкое развитие лишь в XXI веке. Благодаря тому что интернет-технологии появились в нашей повседневной жизни и являются общедоступными, предприниматели нашли новые решения и идеи для бизнеса, инновационные способы организации и взаимодействия подразделений предприятий. Активное проникновение интернет-технологий во все отрасли рынка привело к тому, что в настоящее время практически не существует тех

сегментов, где требуется групповое обслуживание, а покупателей необходимо обслуживать индивидуально.

Учитывая изложенное, а также тот факт, что технологии постоянно и непрерывно совершенствуются, ранее избранные способы взаимодействия структур организации становятся менее эффективными ввиду различных причин. В связи с этим владельцам бизнеса приходится постоянно совершенствовать программное обеспечение и технологии в данной сфере.

Актуальным становится вопрос «об организации взаимодействия структур и подразделений организации посредством использования интернет-технологий при осуществлении предпринимательской деятельности» [5]. Рассмотрим данный вопрос на примере компании ООО «Умный ритейл».

ООО «Умный ритейл» является компанией доставки продуктов и готовой еды. Кроме того, с недавнего времени организация стала создавать и распространять свою продукцию под торговой маркой «Самокат». По нашему мнению, это способствует извлечению большей прибыли, усилению рекламы службы доставки, увеличению на нее спроса и увеличению числа партнеров. Для этого ООО «Умный ритейл» сотрудничает с организациями, у которых приобретается продукция для конечного покупателя. Для указанных целей интернет-технологии в деятельности данной организации просто необходимы - заказ покупателем продукции (возможен с одновременной оплатой), обработка заказа сотрудниками компании, передача информации о заказе в центр формирования заказов, передача информации о готовности заказа курьеру. Из указанного видно, что интернет-технологии компанией ООО «Умный ритейл» используются не только для приема заказов от покупателей, но и для взаимодействия внутренних структур компании - прием заказа, его обработка, сборка, и передача информации о готовности заказа курьеру.

Данные действия невозможно совершать оперативно без использования интернет-технологий в процессе взаимодействия структурных подразделений компании, так как иные способы взаимодействия не могут обеспечить столь

быструю коммуникацию - передачу информации от одного лица к другому. Даже если передавать информацию, к примеру, посредством звонков, то возникает множество нюансов: во-первых, необходимо иметь множество сохраненных мобильных номеров сотрудников, во-вторых, занятость рук во время звонка по мобильному телефону также не позволяет выполнять оперативно иные возложенные на сотрудника задачи. В-третьих, также требуется время на звонок и соединение с абонентом, что способствует потере времени на скорейшую доставку заказа.

Время в целом, как и время взаимодействия структурных элементов организации до момента доставки заказа, играет в данном случае очень важную роль. Это обусловлено спецификой данного бизнеса. Так, клиентам службы доставки очень важно время доставки как продуктов, так и готовой еды, так как обычно люди заказывают готовые обеды к моменту обеденного перерыва на работе, оценивая время доставки, либо продукты домой для приготовления пищи к определенному времени. Помимо указанного, быстрое время доставки необходимо и в условиях высокой конкуренции. В 2019 году с началом пандемии коронавируса значительно вырос спрос на доставку продуктов, готовой еды, предметов быта и гигиены, а также на иные приобретения. Соответственно, увеличился спрос на службы доставки, а затем выросло и число таких служб, в связи с чем и существенно обострилась конкуренция. Учитывая указанное, время доставки имеет очень важное значение и с точки зрения конкуренции.

В этой связи, ООО «Умный ритейл» использует интернет-технологии для организации взаимодействия структурных подразделений компании, разрабатываемые IT-отделом компании. В рамках такого взаимодействия разрешается множество технологических процессов организации – от закупки товаров до приема на работу нового сотрудника. Помимо указанного, в процессе взаимодействия структурных элементов ООО «Умный ритейл» посредством интернет-технологий сотрудники компании получают информацию не только о заказах, отзывы клиентов, но и информацию об остатках продукции, неполадках

мобильного приложения или интернет-портала, а также об иных возникающих проблемах и необходимой информации. К примеру, бухгалтерия предприятия работает в программе 1С: Бухгалтерия. Специалисты работают с программным обеспечением 1С: Предприятие 8 (Торговля и склад).

Так, С.П. Кирильчук отмечает, что «на подразделения ИТ возложена функция информационно-технологического обеспечения процесса производства товаров и услуг. Они должны заниматься решением технологических задач в своей области и социальных проблем, связанных с внедрением и эксплуатацией ИТ; координировать работу с группами лиц и организациями, заинтересованными в использовании потенциала и определении проблематики ИТ; совместно с общефирменным руководством искать пути завоевания конкурентных преимуществ для отдельных хозяйственных подразделений и предприятия в целом» [2, с 110].

Однако сегодня для сотрудников таких отделов характерна психология исполнителя, занимающегося в основном подсобной работой, и ООО «Умный ритейл» не является исключением. Они дистанцируются от остальных подразделений и работают как бы вне связи с целями предприятия. Сотрудники этих отделов обычно ожидают, что от них потребуют; активность у них самих зачастую отсутствует.

Данные обстоятельства негативно сказываются на бизнес-процессах компании и прибыли организации, так как ИТ-отделы призваны организовывать работу всей системы, какой и является любая организация, а не отдельных ее элементов. В противном случае получается отсутствие коммуникации, взаимопонимания и взаимодействия отдельных элементов системы, что в последующем ведет к ее разладу. Соответственно, образуется снижение конкурентоспособности организации на рынке подобных компаний, которые выстраивают систему организации работы более совершенствованной.

В целях разработки рекомендаций по оптимизации деятельности ООО «Умный ритейл» считаем необходимым рассмотреть существующие в области

взаимодействия структурных элементов компании проблемы, порождающие несовершенства бизнеса.

В этой связи, нами были изучены научные работы и исследования, наиболее полно отражающие проблематику поставленной темы. На основании анализа таких источников нами были сделаны следующие выводы о недостатках системы взаимодействия внутри ООО «Умный ритейл»:

1. Руководство организации не имеет возможности оперативно узнать какие из выданных им поручений, документов, и в какой стадии на текущий момент находятся, выполняются по графику; выполнены; не выполнены и почему – отсутствует специальное внутриорганизационное программное обеспечение, благодаря которому возможно создавать и отслеживать выполнение задачи. Система контроля за движением документов недостаточная.

Данный факт порождает «несвоевременное выполнение поставленных задач, и в целом их несвоевременную постановку, долгую обработку информации о ситуации в бизнесе, затягивание сроков принятия неотложных мер реагирования на снижение спроса и прибыли, а также иные бизнес-процессы, которые при быстром документообороте могут быть разрешены в кратчайшие сроки» [3].

2. При высоком уровне информатизации, объем документов на рабочем месте сотрудников велик, что обусловлено большим количеством бухгалтерской документации по приему (приобретению) товара, дальнейшей его продаже [4, с. 103].

Указанное приводит к долгому поиску необходимой информации, большим затратам времени на это и, соответственно, высоким ресурсам компании. Помимо того, увеличивается и время обработки информации о текущем финансовом состоянии компании, что существенно влияет на возможность быстрого реагирования на устранение сложившихся проблем.

Таким образом, указанные недостатки существенно влияют на возможность повышения качества обслуживания клиентов, на скорость

разрешения возникающих, в частности с клиентами, проблем, а, соответственно, и на повышение прибыли компании. Помимо того, они влияют и на возможность сотрудников организации качественно исполнять свои обязанности, предусмотренные трудовым договором и должностной инструкцией, так как при возникновении непредвиденных ситуаций они не имеют возможности обратиться внутри организации с запросом на устранение проблемы и получение консультации. Это касается тех моментов, когда возникают проблемы, не связанные с обработкой, сборкой и доставкой конкретного заказа, так как таковые разрешаются путем взаимодействия в общем программном обеспечении компании – «клиент-организация-клиент».

На наш взгляд, сегодня в компании ООО «Умный ритейл» следует не делать упор на увеличение и финансирование рекламы, количество партнеров, а заняться налаживанием внутренней системы компании - организовать оперативную связь сотрудников между собой по внутреннему каналу взаимодействия, более детально проработать вопрос о возможности запуска специального программного обеспечения, исключая клиента из круга субъектов взаимодействия. Полагаем, что указанные действия в большей мере способны увеличить прибыль организации, так как направлены на уменьшение количества каких-либо сбоев и неполадок и сокращение времени на их устранение.

В этой связи, мы предлагаем совершенствовать систему взаимодействия структурных элементов компании ООО «Умный ритейл» путем внедрения специального программного обеспечения только для сотрудников организации, посредством которого они смогут общаться друг с другом, создавать обращения, вопросы, поручения, делиться документацией и отчетностью в электронном виде, а также разрешать непредвиденные ситуации, не прибегая к программному обеспечению «клиент-организация-клиент». Указанное необходимо для более эффективного развития организации, успешного продвижения и увеличения

количества клиентов путем исключения всех возможных непредвиденных ситуаций.

Библиографический список

1. Давидссон П. Исследую предпринимательство / П. Давидссон. – М.: ВШЭ, 2014. – 400 с.
2. Кирильчук С.П. Экономика предприятия: учебник / С.П. Кирильчук. – М.: Юрайт, 2022. – 416 с.
3. Кобызева, У. В. Инструменты Интернет-бизнеса / У. В. Кобызева // Начало в науке : Сборник материалов X Международной научно-практической конференции школьников, студентов, магистрантов и аспирантов. В 2-х томах, Уфа, 27–29 апреля 2023 года / Отв. редакторы К.Е. Гришин, Н.А. Кузьминых. Том 1. – Уфа: ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "УФИМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ", 2023. – С. 154-158. – EDN PYRWCD.
4. Кошельняк А.И. Оптимизация бизнес-процесса доставки компании «Самокат» / А.И. Кошельняк // Экономика глазами молодых: Материалы Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых (13-14 мая 2022 г). – Томск: ТГУ, 2022. – С. 101-104.
5. Экономические основы бизнеса : Учебное пособие для бакалавров, магистрантов, аспирантов, преподавателей, менеджеров, занимающихся проблемами управленческой и предпринимательской деятельности / К. В. Апокина. Том Часть 2. – Уфа : Башкирский государственный университет, 2022. – 174 с. – ISBN 978-5-7477-5542-0. – EDN HFVVEV.

Вайнбаум В.В., 2024

Оригинальность 84%