

По разным оценкам, на российском фармрынке работает от 250 до 300 дистрибьюторских компаний, что значительно превышает число оптовых компаний в странах Евросоюза и Северной Америки (от менее 10 до 100 компаний). Принято выделять 3 основные категории фармдистрибьюторов в зависимости от таких показателей, как валовой объем продаж, количество федеральных округов, где располагаются сертифицированные склады компаний, и количество филиалов. Согласно этой классификации, IMS Health относит к группе национальных фармдистрибьюторов 8 компаний: «ПРОТЕК», «Катрен», «СИА Интернейшнл», «РОСТА», Alliance Healthcare Rus, «Р-Фарм», «Пульс», Ogiola [3]. Другая градация основывается на количестве регионов, в которые осуществляются прямые поставки [4]. В соответствии с данным критерием компания RNS Pharma относит к категории федеральных дистрибьюторов «ПРОТЕК», «Катрен», Alliance Healthcare Rus, «Пульс», «Р-Фарм», «Империя Фарма», «Евросервис», «Витта компани» и «Ирвин 2», тогда как «СИА Интернейшнл», «РОСТА» и Ogiola входят в группу межрегиональных поставщиков.

На современном этапе формирование единой национальной системы продвижения и распределения медоборудования, как структурного изменения сети современных дистрибьюторских организаций, целесообразно для повышения эффективности функционирования их организационных структур, способствующих в рамках единой дистрибьюторской системы более успешному сотрудничеству как с предприятиями промышленного профиля (производителями медоборудования), так и потребителями данной продукции.

Список литературы

1. Шматкова В.В. Механизм регулирования дистрибьюторской системы услуг на рынке медицинского оборудования в России (на примере г. Москвы и г. Санкт-Петербурга) // Дерен И.И., Шматкова В.В. – М.: Издательство «Перо», 2011. – 230 с.
2. Дерен И.И. Маркетинговый подход к деятельности дистрибьюторов медоборудования // Проблемы современной экономики. – 2010. – № 3 (35).
3. Широкова И. Фармдистрибьюторы: вызовы времени и новые стратегии [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.remedium.ru/section/detail.php?ID=61465>.
4. Жукова А.А., Никонова Я.И. инновационные механизмы стратегического развития дистрибьюторской системы // Современные наукоемкие технологии. – 2014. – № 7-1. – С. 162.

**Секция «Сервисные технологии и стратегии в современном обществе»,
научный руководитель – Горностаева Жанна Викторовна, к.э.н., профессор**

**ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЫ НА
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ СЕРВИСА**

Гринзовская В.Ф., Диденко А.Ю., Югова О.М.

*Институт сферы обслуживания и предпринимательства
(филиал) ФГБОУ ВПО «Донской государственный
технический университет», Шахты,
e-mail: adaaidab@yandex.ru*

Прибегнув к научной литературе, можно выделить множество определений понятия «Информационная среда». Вот некоторые из них:

Информационная среда – это совокупность информационных условий существования субъекта (это наличие информационных ресурсов и их качество, развитость информационной инфраструктуры).

Информационная среда – сфера деятельности организаций и предприятий, основанная на создании, изменении и использовании информации.

Информационная среда – совокупность информационных ресурсов, системы формирования, распространения и использования информации, информационной инфраструктуры.

Основной составляющей информационной среды выступает информация. Законодательно термин «информация» определен следующим образом: «Информация – сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления» [1]. Особенная роль информации в современном мире подразумевает принятие информации как ресурса, столь же необходимого и важного, как энергетические, сырьевые, финансовые и другие ресурсы. Информация теперь стала предметом купли – продажи, т.е. информационным продуктом, который вместе с информацией, составляющей общественное достояние, формирует информационный ресурс общества.

Система управления организацией предприятия функционирует на основе информации о состоянии объекта, его входов и выходов в соответствии с поставленной целью. Управление производится посредством выдачи управленческих воздействий с учетом обратной связи и внешней среды, рынка и вышестоящих органов управления. Назначение управляющей системы – формировать такие воздействия на управ-

ляемую систему, которые побуждали бы её принять состояние, определяемое целью управления [2].

Цели управления: поддержание конкурентоспособности, извлечение максимальной прибыли, расширение рынка. Применительно к предприятию сферы сервиса с некоторой долей условности можно считать, что целью является выполнение программы оказания услуг; управляющие воздействия – это план работы предприятия; обратная связь – данные о ходе оказания услуг.

Планы и содержание обратной связи это и есть информация. Это означает, что процессы образования управляющих воздействий являются процессами преобразования экономической информации.

Реализация этих процессов и составляет основное содержание работы управленческих служб через информационный контур. Управляющая часть оказывает на управляемый процесс определенное воздействие. Управляемый процесс воздействует на управляющую часть, так как управляющей части необходимо сопоставлять фактическое состояние управляемого процесса с целью управления. Передача информации происходит в процессе воздействия обеих частей друг на друга. Таким образом, в системе управления всегда присутствует замкнутый информационный контур (рис. 1).



Рис. 1. Информационный контур системы управления

В рамках информационного контура имеется и передается информация о целях управления, о со-

стоянии управляемого процесса, об управляющих воздействиях. Информационный контур вместе со средствами сбора, передачи, обработки и хранения информации, а также с персоналом, осуществляющим эти действия с информацией, образует информационную среду данной организации [3].



Рис. 2. Управленческая пирамида

Обычно выделяют три уровня управления в управляющей части объекта: высший, средний и низший (рис. 2). Каждый из них характеризуется собственным набором функций, уровнем компетенции и нуждается в соответствующей информации.

На высшем уровне управления реализуется стратегическое управление, то есть определяется миссия организации, главные цели управления, долгосрочные планы, стратегия их реализации и т.п. Средний уровень управления – уровень тактического управления. Здесь составляются тактические планы, контролируется их выполнение, отслеживаются ресурсы и т.п. На низшем уровне управления осуществляется оперативное управление, реализуются объемно-календарные планы, осуществляется оперативный контроль и учет и т.п.

Следствием появления соответствующих подсистем в информационной среде является наличие функциональных элементов в управляющей части предприятий сферы сервиса.

Таким образом, информационная среда представляет определенные условия для развития предприятий сферы сервиса. Степень ее положительного влияния зависит от внутренних характеристик субъекта.

Список литературы

1. Федеральный закон «Об информатизации, информационных технологиях и защите информации» от 27.07.2006 г. № 149-ФЗ / Электронная система «Консультант-Плюс».
2. Дуванская Е.В. Модель информационного сервиса и системный подход при решении задачи фильтрации / Е.В. Дуванская, В.Г. Фетисов, И.И. Панина. *Фундаментальные исследования*. – 2014. – № 3-2. – С. 253-257.
3. Горностаева Ж.В. Методологические аспекты управления продажами хозяйствующих субъектов / Ж.В. Горностаева *Инженерный вестник Дона*. – 2012. – Т. 22. № 4-1 (22). – С. 45.

ИНФОРМАЦИОННЫЙ СЕРВИС В СИСТЕМЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРЕДПРИЯТИЙ

Данильченко Г.Н., Дуванская Е.В.

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ФГБОУ ВПО «Донской государственный технический университет», Шахты, e-mail: delvik2004@list.ru

Категория «взаимодействие» подразумевает заранее согласованный обмен различными видами ресурсов и учитывает взаимное влияние действий друг на друга. У.Ф. Коханов определяет «взаимодействие», как «процесс непосредственного или опосредованного воздействия объектов (субъектов) друг на друга, порождающий их взаимную обусловленность и связь». По его мнению, именно причинная обусловленность

составляет главную особенность взаимодействия, когда каждая из взаимодействующих сторон выступает как причина другой и как следствие одновременного обратного влияния противоположной стороны, что определяет развитие объектов и их структур» [1].

Одной из разновидностей взаимодействия является информационное взаимодействие. Информационное взаимодействие, которое обеспечивает информационный сервис является одним из важнейших направлений взаимодействия предприятий. Под информационным взаимодействием обычно понимается процесс сотрудничества двух и более субъектов, целью и основным содержанием которого является изменение имеющейся информации хотя бы у одного из них. Более того, влияние информационного взаимодействия на результаты деятельности экономических субъектов неуклонно растет [2]. Новые коммуникационные возможности, предоставляемые информационными сетями и современные информационные технологии во многом послужили основой для формирования глобального информационного пространства и изменили экономическую картину мира. Появились новые виды услуг, которые автоматизируют и информатизируют деятельность предприятий.

В настоящее время наряду с понятием «информационная услуга» получило широкое распространение понятие «информационный сервис». Это связано с тем, что в течение последних 30–40 лет в результате революционного развития информационных технологий отношение к ним претерпело существенные изменения.

Снижению непроизводительных издержек способствует высокий уровень информатизации внутренних функций предприятия, который открывает новые возможности развития бизнеса на основе оптимизации информационного взаимодействия. При этом рационально организованное информационное взаимодействие внутри предприятия на базе информационного сервиса повышает эффективность процессов управления, планирования и контроля.

В условиях информационной экономики результаты деятельности предприятий во многом зависят от качества их информационного взаимодействия, при этом информационный сервис предприятия, является базисом его информационного взаимодействия и определяет организацию управления предприятием, оказывает непосредственное влияние на организационную структуру, обеспечивает постоянное улучшение бизнес-процессов [3].

Опыт, накопленный в разных странах мира, говорит о том, что именно рациональная организация информационного сервиса, как внутреннего так и внешнего во многом определяют экономическую эффективность деятельности предприятий. На современном этапе экономического развития предъявляются новые требования к деятельности предприятий, к формированию их структур управления и организационных структур. По мнению известного ученого Питера Друкера, в XXI столетии изменятся принципиальные основы функционирования предприятий – произойдет переход от компаний, «базирующихся на рациональной организации», к компаниям, «базирующимся на знаниях и информации» [4].

Предприятие представляет собой сложную открытую автономную систему, которая осуществляет во внешней среде материальными, финансовыми, информационными и другими потоками. Взаимодействуя с внешней средой, предприятие реагирует на процессы, происходящие в ней. Эта реакция базируется на информации, которой располагает менеджмент предприятия.