

Тема лекции 5. Информационное обеспечение коммерческой деятельности организации

1. Информационное обеспечение коммерческой деятельности

2. Понятие и виды коммерческой информации

3. Коммерческая тайна

1. Слово "информация" происходит от (лат.- information) - разъяснение, изложение. В первоначальном понимании - это сведения, передаваемые людьми устным, письменным или другим способом (с помощью условных сигналов, технических средств и т. д.).

Коммерческая информация - это сведения о сложившейся ситуации на рынке различных товаров и услуг.

В настоящее время предпринимательская деятельность во всех сферах неразрывно связана с получением и использованием различного рода информации.

В фирмах создается информационная база, которая учитывает данные, содержащиеся в научных отчетах научно-исследовательских организаций и вузов, в статистических материалах различных ведомств, в деловой переписке между промышленными и торговыми предприятиями, в результатах маркетинговых исследований рынка

Источники коммерческой информации делятся на внешние и внутренние.

Внешние источники информации:

- а) данные государственной статистики;
- б) сведения в средствах массовой информации о состоянии рынка;
- в) результаты маркетинговых исследований рынка конкретных товаров и услуг;
- г) результаты специальных обследований.

Внутренние источники информации:

- а) статистическая отчетность предприятия.
- б) данные оперативного учета результатов коммерческой деятельности.
- в) бухгалтерская отчетность.

В последнее время все большее распространение получает покупка информации у различных фирм, которые занимаются «производством и продажей чистой информации».

Виды информации в коммерческой деятельности торговых предприятий:

- Информация о покупателях и мотивах покупок - основа для принятия коммерческих решений. Такой информацией может быть: численность обслуживаемого населения, его состав, уровень доходов; национальные и другие традиции и обычаи; типы покупателей и т. д.

- Информация о требованиях рынка к товару - необходима для правильного выбора торговым предприятием товаров и услуг, которые будут предложены покупателям.

- Информация о конъюнктуре рынка - это сведения о спросе и предложении на рынке, о сегментах рынка, емкости и характере рынка, уровне цен, рыночной конкуренции и т. д.

- Информация о конкурентной среде - это данные о конкурентах-поставщиках товаров и данные о конкурентах-покупателях товаров. Эта информация позволяет коммерческим структурам объективно оценить их реальное положение на рынке.

- Информация о потенциальных возможностях торгового предприятия и его конкурентоспособности - эта информация необходима для оценки сильных и слабых сторон его деятельности, правильного определения направлений развития фирмы.

На основе анализа коммерческой информации торговые предприятия принимают коммерческие решения, связанные с куплей-продажей товаров.

Подводя итог можно сказать, какая бы не была информация, пусть даже незначительная, все равно она будет являться ценной, как для самой фирмы, так и для любого предприятия, ведь владея информацией, мы владеем ситуацией.

3. Эффективность коммерческой деятельности во многом зависит от наличия у коммерческих служб информации, характеризующей ситуацию на рынке товаров и услуг, т. е. коммерческой информации.

Коммерческая информация включает в себя сведения о:

- спросе населения и определяющих его факторах;
- состоянии товарных запасов;
- поставщиках;
- оптовых покупателях;
- потенциальных возможностях и конкурентоспособности предприятия.

Информация о спросе населения и определяющих его факторах - является основой для принятия коммерческих решений. Изучение спроса помогает выявить текущие его изменения, мотивы совершения покупок, степень соответствия потребительских свойств и цен предлагаемых товаров запросам покупателей.

Информация об имеющихся товарных запасах - (ассортименте и объемах закупленных товаров) позволяет определить, насколько товарное предложение соответствует спросу.

Информация о поставщиках - должна включать в себя сведения как о тех предприятиях, с которыми уже заключены договоры, так и о потенциальных партнерах. Наличие такой информации делает возможным выбор оптимального состава поставщиков. Поскольку одной из основных задач предприятий оптовой торговли является сбыт товаров, то их коммерческим службам необходимо иметь как можно более полную информацию об оптовых покупателях.

Информацию о потенциальных возможностях предприятия получают из внутренних источников (статистической и бухгалтерской отчетности, данных оперативного учета коммерческой деятельности). Это сведения об объемах закупок и реализации товаров, товарных запасах и т. д.

Анализируя эту информацию, а также информацию о деятельности конкурентов, коммерческие службы делают выводы о конкурентоспособности торгового предприятия, что позволяет своевременно вносить изменения в деятельность соответствующих подразделений, укрепляя свои позиции на рынке.

Таким образом, коммерческая информация и её анализ, полученный при проведении комплексных маркетинговых исследований рынка, дает не только представление об уже существующей на рынке ситуации, но и позволяет сделать прогноз на будущее, что немаловажно в наше время.

3. Коммерческая тайна - это право на определенную свободу предпринимательства, защиту своих интересов во взаимоотношениях с государством и другими субъектами рыночных отношений.



Рисунок 1. Информация, составляющая коммерческую тайну

Коммерческая тайна - это информация, которая имеет действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности ее третьим лицам, к ней нет свободного доступа на законном основании, и обладатель информации принимает, меры к охране ее конфиденциальности.

Вся информация представляет различную ценность для самого предпринимателя и, соответственно, ее разглашение может привести (либо не привести) к угрозам экономической безопасности различной степени тяжести. Поэтому информацию необходимо разделить на три группы:

- информация для открытого пользования любым потребителем в любой форме;
- информация ограниченного доступа – только для органов, имеющих соответствующие законодательно установленные права;
- информация только для работников (либо руководителей) фирмы.

Конфиденциальная информация – это документированная (то есть зафиксированная на материальном носителе и с реквизитами, позволяющими ее идентифицировать) информация, доступ к которой ограничивается в

соответствии с законодательством РК. Часть этой коммерческой информации составляет особый блок и может быть отнесена к коммерческой тайне.

Лица, незаконными методами получившие информацию, которая составляет служебную или коммерческую тайну, обязаны возместить причиненные убытки. Такая же обязанность возлагается на работников, разгласивших служебную или коммерческую тайну вопреки трудовому договору, в том числе контракту, и на контрагентов, сделавших это вопреки гражданско-правовому договору.

По функционально-целевому признаку выделяются следующие составляющие коммерческой тайны: см. приложение 1

Информация, составляющая коммерческую тайну, может существовать в бумажной форме, на дискетах и лазерных дисках, на “жестком” диске компьютера, в памяти сотрудников. Регулирование отношений, связанных с использованием конфиденциальной информацией должно начинаться с основного документа – устава, в котором дается понятие коммерческой тайны и устанавливается ответственность за ее несоблюдение.

Коммерческой тайной могут быть сведения о технологии производства, внедрении изобретений, планах развития и изменения производства, о деловых партнерах, контрактах и т. д. Не следует пытаться расширить диапазон засекречиваемой информации за счет сведений, которые не могут составлять коммерческую или служебную тайну — эти сведения определяются законодательством.

В наше время следует контролировать не только документы, содержащие конфиденциальную информацию, но и бумаги с печатями, штампами, бланки. Бланк – лист бумаги с оттиском углового или центрального штампа, либо с напечатанным любым способом текстом (или рисунком), используемый для составления документа. Особое внимание следует уделять охране так называемых бланков строгой отчетности, содержащих номер (серию), зарегистрированных одним из установленных способов и имеющих специальный режим использования.

Контрольные вопросы:

1. Информационное обеспечение коммерческой деятельности
2. Понятие и виды коммерческой информации
3. Коммерческая тайна