

INFLUENȚA SISTEMULUI INFORMAȚIONAL ACTUAL ASUPRA RAȚIONALIZĂRII DISTRIBUȚIEI PRODUSELOR

Gh. PETRESCU¹,
GABRIELA BOLDUREANU²

¹ Universitatea de Medicină și Farmacie
„Gr.T.Popa” Iași
telefon: 0232-267623

² Universitatea „Petre Andrei” Iași
telefon: 0232-215944

Considering management in the sphere of commerce, an efficient management should be based on the following premises: rationalization of organizational structure of a commercial body, improvements in the information system, higher level of management training. The paper tries to evaluate the influence of the information system upon the rationalization of the production distribution.

Key words: *information system, rationalization, distribution*

Circuitele pe care se deplasează produsele de la producători la consumatori sunt foarte diverse. Perfecționarea proceselor de distribuție nu este posibilă decât prin urmărirea atentă a itinerarelor parcurse de mărfuri și evitarea staționărilor inutile sau a ratelor ocolitoare.

Prin studierea datelor oferite de sistemul informațional se pot iniția măsuri de perfecționare a distribuției, cu efecte favorabile asupra rezultatelor economice ale întreprinderilor.

MATERIAL ȘI METODĂ

Prezentul articol este rezultatul unui demers de deducție și inducție, investigare și interpretare critică și comparată a numeroase studii elaborate la nivel național și internațional cu privire la tema cercetată. S-a realizat o prezentare a sistemului informațional și implicațiile avute asupra distribuției produselor în sfera de marketing.

REZULTATE ȘI DISCUȚII

Complexitatea și dinamismul epocii contemporane, influența tot mai accentuată a revoluției științifico-tehnice ridică în fața managerilor firmelor noi și complicate probleme, a căror rezolvare presupune o adaptare continuă, elastică și eficientă, pe baza unor informații bogate și pertinente.

Sistemul informațional actual trebuie să asigure datele necesare cunoașterii cât mai reale a fenomenelor și proceselor economice, să permită - în funcție de

aportul firmelor - obținerea unor efecte economice scontate. Sistemul informațional poate contribui la valorificarea adecvata a resurselor umane, financiare și materiale, la stabilirea celor mai eficiente variante de producție și comercializare.

De aici rezultă că îmbunătățirea managementului actual presupune și modernizarea sistemului informațional, mijloace sofisticate de culegere, prelucrare și păstrare a datelor.

În distribuția mărfurilor într-o economie de piață, rolul sistemului informațional este de a evidenția ansamblul problemelor pe care să le rezolve conducerea firmelor producătoare și cele comerciale, în vederea realizării unor circuite cât mai directe și satisfacerea exigențelor consumatorilor [3, p.201].

În acest scop, informațiile referitoare la vânzările din perioadele precedente sunt edificatoare, iar fluxurile de informații de la consumatori spre producători au o importanță majoră pentru orientarea producției viitoare și asigurarea vânzării acesteia pe piață.

Cele mai semnificative fluxuri de distribuție, între care cel informațional are un rol determinat sunt următoarele [1, p.358]:

1. Fluxul produsului;
2. Fluxul tranzacțiilor (negocierilor);
3. Fluxul titlului de proprietate;
4. Fluxul informațional;
5. Fluxul acțiunilor de promovare.

Sistemul informațional nu trebuie să se limiteze însă numai la fenomene trecute, ci să anticipeze evoluția fenomenelor de piață, să creeze mediul favorabil comercializării produselor.

Procesul de distribuție a bunurilor este precedat de fluxul de informații și el este urmare încheierii contractelor între agenții economici producători și comercianți [2, p.131]. Desfășurarea neîntreruptă a distribuției, efectele acestui proces (cheltuieli, pierderi, profituri, imobilizări), înregistrate în diferitele lui secvențe, se vor reflecta în sistemul informațional.

Sistemul informațional asigură înregistrarea, culegerea, transmiterea, circuitul, prelucrarea și valorificarea informațiilor de orice natură. Sistemul informațional cunoaște evoluția sistemului a cărui activitate trebuie să o reflecte. Aceasta este de neconceput fără informație, care este componenta sa principală, mobilul tuturor activităților, iar informația reprezintă știrea, evenimentul, comunicarea ce urmează a fi transmisă celor implicați într-o anumită activitate.

Importanța sistemului informațional poate fi ușor dedusă din faptul că pentru funcționarea normală a unui sistem de conducere este oportună realizarea următoarelor activități:

- culegerea informațiilor privitoare la starea sistemului și a mediului înconjurător;
- transmiterea informațiilor prin canalele adecvate la locul prelucrării acestora;
- prelucrarea informațiilor în vederea analizei și elaborării deciziilor;
- adaptarea deciziilor și transmiterea lor către organele de execuție;

- asigurarea controlului și îndeplinirii sarcinilor rezultate din decizii.

Aceste obiective sunt îndeplinite de sistemul informațional, pârghie deosebit de importantă a managerului firmei.

În distribuția mărfurilor, sistemul informațional are menirea de a asigura legăturile între sistemul de conducere al canalelor de distribuție și cel condus, creând condițiile desfășurării normale a activității, prin informațiile reale și oportune furnizate sistemului de conducere, adoptării unor decizii temeinic fundamentate.

Sistemul informațional trebuie să îndeplinească mai multe condiții, dintre care cele mai importante sunt [5, p.137]:

- deplasarea rapidă a informațiilor între elementele sistemului, la toate nivelurile cu competențe de decizie;
- asigurarea unei precizii corespunzătoare a informațiilor rezultate;
- sistematizarea și prezentarea datelor într-o formă accesibilă și corespunzătoare cu modul în care vor fi utilizate;
- cercetarea mediului ambiant al firmelor implicate și a locului acestora în cadrul ansamblului economico-social.

Fluxul de informații al distribuției permite, mai întâi, urmărirea activităților desfășurate de firmele producătoare, apoi circuitele urmate de produse prin diverse verigi comerciale cu ridicata sau amănuntul la consumatori.

Derularea firească a fluxului informațional al distribuției produselor presupune o structură organizatorică a întreprinderilor producătoare și comerciale, o bază tehnică specifică sau posibilități de acces la centre de prelucrare a datelor, relații cu unitățile mediului și în unele cazuri cu structurile administrative.

Fluxul de informații al firmelor producătoare și al celor comerciale trebuie să ofere elementele necesare caracterizării unor aspecte importante ale distribuției și anume: expedierea produselor către consumatori prin canalele de distribuție tradiționale sau noi; încasarea sau nu a contravalorii produselor expediate; modul cum sunt primite produsele de cumpărători și care ar fi componentele distribuției inverse care ar interesa firmele.

Informațiile cu privire la distribuția produselor trebuie să fie ample, clare și percepute rapid, în așa fel încât deciziile să poată fi luate într-un timp optim [4, p. 146]. Metodele utilizate pentru culegerea, depozitarea, prelucrarea și transmiterea informațiilor își vor dovedi utilitatea numai dacă asigură desprinderea de concluzii clare, într-un interval scurt și sunt ușor interpretate de decidenți. În acest mod, sistemul informațional reprezintă mijlocul indispensabil conducerii ce permite să se analizeze rapid și exact o situație complexă și să se ia cele mai eficiente decizii impuse de împrejurările respective.

Sistemul informațional, alături de factorii tehnico-organizatorici, influențează direct nivelul eficacității activității de conducere, ce se reflectă cel mai sintetic în rezultatele economico-financiare ale firmelor. Eficiența cu care sunt folosite informațiile interesează atât unitățile producătoare, cât și pe cele comerciale, participante direct la procesul de distribuție, în cazul comerțului, o conducere eficientă a activității comerciale se bazează pe trei premise:

raționalizarea structurii organizatorice a aparatului comercial, îmbunătățirea sistemului informațional, creșterea nivelului de pregătire a managerilor. Aceste premise sunt valabile și în cazul activității firmelor producătoare, pentru funcția comercială a acestora, care se materializează printr-o participare activă la procesul distribuției.

Deoarece, în condițiile actuale, informațiile sunt prelucrate în marea lor majoritate cu mijloace modeme de calcul, se poate aprecia că progresul sistemului informațional se sprijină pe componența sa de bază - sistemul informatic.

Eficiența economică a folosirii sistemelor informatice se calculează ca raport între plusul de profit obținut prin utilizarea sistemelor informatice noi, moderne, față de cele folosite anterior și diferența dintre valoarea resurselor informatice obținute cu mijloace noi de calcul și a celor din perioada de referință. Formula de calcul este următoarea:

$$ES = \frac{p_1 - p_0}{R_1 - R_0}$$

în care:

ES - eficiența sistemelor informatice;

p₁ - profitul obținut în condițiile utilizării sistemelor informatice noi;

p₀ - profitul obținut în condițiile utilizării sistemelor informatice anterioare;

R₁ - valoarea resurselor informatice obținute cu sistemele noi;

R₀ - valoarea resurselor informatice obținute cu sistemele anterioare.

În relația de mai sus, eficiența utilizării informațiilor a fost exprimată pornindu-se de la formula generală a eficienței, dar încercarea de a reduce totul la raportul efect-efort material înseamnă o supraevaluare a factorilor materiali, ce pot fi ușor cuantificați, față de cei umani care rămân cel mai frecvent greu sau imposibil de a fi măsurat și a căror contribuție - mai ales în conducere - poate fi substanțială.

Prin prelucrarea autonomă a datelor se urmărește înlocuirea unor activități ale oamenilor, mai ales a acelor care necesită un volum mare de muncă. De aici reiese necesitatea calculării coeficientului economiei de personal ce asigură sistemul informațional bazat pe dotarea modernă și care se calculează cu formula:

$$E_p = \frac{t_0 - t_1}{t_0}$$

în care:

E_p - coeficientul economiei de personal;

t₀ - timpul de muncă cheltuit pentru executarea lucrărilor solicitate de sistemul informațional în condițiile vechii dotări și structuri;

t₁ - timpul de muncă cheltuit pentru executarea lucrărilor în noul sistem informatic sau noua structură funcțională.

Interdependențele dintre unitățile participante la procesul distribuției impun utilizarea de către acestea a unor informații cât mai reale, prelucrate cu ajutorul mijloacelor moderne de calcul, asigurând anumite conexiuni între structuri organizatorice și de conducere specifice ramurilor și subramurilor cărora le aparțin.

Fiecare firmă implicată direct sau indirect în distribuția produselor dispune de un sistem informațional propriu, dar acesta trebuie să fie conceput și utilizat numai într-o strânsă conexiune cu cele ale unităților cu care cooperează. Se urmărește ca deciziile tuturor unităților să fie luate în condițiile cunoașterii realităților din cadrul canalelor de distribuție, asigurându-se o armonizare a legăturilor dintre participanți și reducerea tensiunii ce poate lua naștere.

CONCLUZII

În concluzie, pentru ca sistemul informațional să reprezinte în mod efectiv o premisă a raționalizării distribuției produselor, acesta trebuie proiectat și realizat după criteriile care să răspundă deopotrivă specificului și cerințelor tuturor participanților la procesul distribuției.

În ceea ce privește aparatul comercial, purtătorii de informații ai distribuției produselor sunt în măsură să evidențieze deplasarea acestora, în structură bine conturată, doar până la unitățile comerciale cu ridicata. De la această verigă spre consumatori drumul produselor este dificil de precizat, deoarece firmele cu amănuntul nu urmăresc mărfurile numai din punct de vedere cantitativ și global valoric, fără a evidenția structura mărfurilor și producătorii acestora.

O evidență cu mijloace moderne ar permite informații utile, ar putea evidenția producătorii ce nu se ridică la nivelul exigențelor consumatorilor și care, în mod firesc, trebuie evitați în comenzile viitoare.

Numai în acest mod se va dovedi eficacitatea sistemului informațional bazat pe cele mai moderne realizări în domeniul tehnicii de calcul.

BIBLIOGRAFIE

1. Florescu, C., 1992 - *Marketing*, Editura Marketer, București, 1992, p.358.
2. Marinescu G., Petrescu Gh., 2004 – *Marketing*, Editura „Gr.T.Popa” Iași, p.131.
3. Munteanu, V. ș.a., 1996 - *Marketing pentru toți*, Editura Uniunii Scriitorilor Editura Meridianul 28, Chișinău, p. 201
4. Niculae, M.V., 1992 - *Piața informațiilor*, Seria Marketing informațional, București, p.146.
5. Oprea D., - *Premisele și consecințele informatizării contabilității*, Editura Graphix, Iași, 1995, p.137.