Глухих В.Р.¹

¹ Омский государственный университет путей сообщения

Особенности применения информационно-аналитической работы в коммерческой деятельности

АННОТАЦИЯ:

В статье рассмотрены вопросы специализации информационно-аналитической работы в коммерческой деятельности, проанализирован механизм ее алгоритма, выявлены особенности в области понятийного аппарата исследований, вопросы обеспечения потребностей безопасности при защите коммерческой информации и вопросов организации коммерческой разведки. Рассмотрены возможности применения бизнес-анализа при оценке деятельности коммерческой организации.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *алгоритм анализа; коммерческая информация; бизнес-анализ; коммерция; информационное обеспечение торговли*

JEL: C80, D82, F14, M20

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:

Глухих, В.Р. (2015). Особенности применения информационно-аналитической работы в коммерческой деятельности. *Торгово-экономический журнал*, 2(1), 55-66.

doi: [10.18334/tezh.2.1.509](https://doi.org/10.18334/tezh.2.1.509)

Глухих Вадим Робертович, старший преподаватель кафедры менеджмента, маркетинга и коммерции Омского государственного университета путей сообщения (wolf11@mail.ru)

ПОСТУПИЛО В РЕДАКЦИЮ: 14.03.2015 / ОПУБЛИКОВАНО: 30.03.2015

ОТКРЫТЫЙ ДОСТУП: <http://dx.doi.org/10.18334/tezh.2.1.509>

(с) Глухих В.Р. / Публикация: ООО Издательство "Креативная экономика"

Статья распространяется по лицензии Creative Commons CC BY-NC-ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>)

ЯЗЫК ПУБЛИКАЦИИ: русский

Metadata in English is available.

For detailed information, please, visit <http://dx.doi.org/10.18334/tezh.2.1.509>

Введение

Информатизация общества ставит новые задачи в области коммерческой и торговой деятельности, поскольку при решении профессиональных задач нельзя обойтись без информационно-аналитической поддержки и прогнозирования результатов работы и возможных рисков. Также остро встает вопрос с расширением профессиональных компетенций в области аналитики специалистов, связанных с коммерческой деятельностью и торговлей: коммерсантов, товароведов-экспертов, менеджеров¹.

Бизнес-анализ является новым направлением аналитической работы, связочной предпринимательской деятельностью, и определяется «как совокупность задач, методов, квалификаций и возможностей, необходимых для четкого определения проблем, стоящих перед бизнесом, и для описания их решения» (Бариленко, 2011). В результате на сегодняшний день бизнес-анализ «можно рассматривать как новое, перспективное направление не только в практике экономической работы, но и в развитии аналитической науки» (Бариленко, 2011).

На сегодняшний день актуальными также являются вопросы инновационных технологий, связанных с подготовкой специалистов коммерции как в области информационного обеспечения торговли и обучения профессиональным навыкам и компетенциям (Базилович, Брылова, Глухих, Левкин, 2012), так и в сфере бизнес-аналитики (Кравченко, 2010).

Кроме того, по применению информационно-аналитической работы в коммерции практически нет источников информации, в то время как по проведению бизнес-анализа и общих аспектов аналитической работы, особенно в сфере правоохранительных органов и органов государственного управления, такой информации достаточно много. Это подтверждается нашими собственными исследованиями во время поиска информации к этой статье, в том числе и на сайте электронной библиотеки Российского индекса научного цитирования при обзоре литературных источников (Бариленко, 2014; Буланова, 2014; Галкина, 2013; Герасимова, Филатов, 2012; Горшкова, 2006; Дуденков, 2013; Дуденков, 2014; Дьяконова, Дьяконов, 2010; Киселева, 2013; Филатов, 2012; El-Telbany, Elragal, 2014; Henfridsson, Lind, 2014; Ogiela, Ogiela, 2014; Rajnoha, Kádárová, Sujová, Kádár, 2014; Seng, Lai, 2010).

¹ Паклин, Н.Б., Орешков, Е.И. (2013). *Бизнес-аналитика: От данных к знаниям*. СПб: Питер.

Поэтому мы поставили цель изучить особенности использования информационно-аналитической работы в коммерческой деятельности, используя методы сравнения, аналогии, формальной логики и системного подхода.

Основная часть

Понятие бизнеса как предпринимательства является более широким по сравнению с понятием коммерческой деятельности, поскольку она предусматривает только процесс сделки купли-продажи товаров совместно с обеспечивающими эту сделку видами деятельности. Таким образом, коммерческая деятельность является более узким понятием, чем предпринимательство.

Используя метод аналогий, можно утверждать, что первой особенностью информационно-аналитической работы в коммерческой деятельности, по сравнению с подобной работой в деятельности предпринимательской, у нее будет более узкая специализация. Таким образом, можно утверждать, что понятие информационно-аналитической работы в коммерции более узкое, чем понятие бизнес-анализа, и может являться его составной частью.

Вторая особенность заключается в основных понятиях информационно-аналитической работы в коммерческой деятельности, таких как объект, предмет изучения и цель.

Объектом изучения, в отличие от объекта изучения бизнес-анализа, где им является хозяйственная деятельность (*Зайцева, 2013*), в данном случае является коммерческая деятельность.

Предметом изучения, в отличие от предмета изучения бизнес-анализа, где им является конкретный аспект анализа бизнеса (*Зайцева, 2013*), является проблемно-ориентированная область коммерческой деятельности, в первую очередь связанная с процессом заключения договоров купли-продажи в процессе заключения коммерческой сделки.

Целью информационно аналитической работы в коммерческой деятельности является эффективное информационное обеспечение предварительной подготовки и проведения коммерческой сделки, прогнозирования ее результатов, а также обеспечение информационной безопасности.

Третья особенность информационно-аналитической работы в коммерческой деятельности состоит в особенностях алгоритма, который

предусматривает структуру задач как обусловленных общей структурой алгоритма информационно аналитической работы и бизнес-анализа, так и из специфических задач, связанных с коммерцией. В этом алгоритме можно выделить пять основных этапов.

1. Сбор деловой информации. Здесь учитываются аспекты надежности делового партнера, его репутация, экономическая информация об особенностях сделки с учетом возможных условий, выдвинутых деловым партнером, макроэкономическая и политическая информация, информация о конкурентах и возможных условиях, которые они могут предложить вашему деловому партнеру, информация о возможных рисках.

2. Обработка информации. Здесь учитываются аспекты надежности источников и достоверности информации, определяется, соответствует ли информация по своему содержанию, форме и свойствам будущему анализу, осуществляется классификация и группировка информации.

3. Проведение анализа. Здесь учитываются аспекты взаимосвязи различных видов обработанной информации, формируется общее представление о проблемах, которые могут возникнуть при заключении сделки, создается основа для подготовки концепции проведения деловых переговоров и параметров будущей коммерческой сделки.

4. Формирование концепции параметров коммерческой сделки и проведения деловых переговоров. Здесь учитываются аспекты подготовки условий сделки в виде разработки предварительного проекта договора. Разрабатывают все возможные варианты заключения договора. При этом учитывают лимиты результатов: как возможный максимально выгодный результат, так и границы минимально выгодных результатов, за которые нельзя выходить при заключении сделки. В проекте также учитывают и все остальные особенности коммерческой сделки, выявленные в ходе предыдущего анализа: риски, возможные форс-мажорные обстоятельства, вопросы ответственности сторон, арбитража и т.д.

При подготовке переговоров учитывают вопросы безопасности, как участников переговоров, так и вопросы безопасности информации, связанной с содержанием договора.

5. Прогнозирование проведения переговоров и результатов заключенной коммерческой сделки. Здесь учитываются аспекты возможных вариантов развития событий деловых переговоров,

основанных на созданной концепции и учитывающих как возможные варианты заключения договора, так и личностные особенности договаривающихся сторон. Создается прогноз поведения при разных вариантах развития событий. Прогнозируются варианты развития событий после заключения договора и во время выполнения его пунктов. Рассматриваются различные варианты действий при разных вариантах развития событий.

Четвертая особенность информационно-аналитической работы в коммерческой деятельности связана с обеспечением безопасности коммерческой информации. В деловой информации коммерческую тайну могут иметь:

- сведения о заключенных или планируемых контрактах;
- данные о поставщиках и клиентах;
- обзоры рынка, маркетинговые исследования;
- информация о конфиденциальных переговорах;
- планы развития предприятия и его инвестиций;
- калькуляция издержек производства предприятия, структуры цен, уровень прибыли (Милевич, 2007).

В соответствии с этими разделами и могут выстраиваться аспекты информационно-аналитической работы. Информационная часть работы предусматривает сбор данных о сведениях и источниках информации, подлежащих защите, существующих в организации правилах ограничения доступа к информации, используемых методах защиты информации. Аналитическая часть работы предусматривает выявление возможных угроз, слабых мест в защите информации, составление прогноза развития тенденций в области охраны информации, разработку мер по нивелированию прогнозируемых угроз путем предложения плана мероприятий по улучшению системы информационной безопасности в организации.

Пятая особенность информационно-аналитической работы в коммерческой деятельности обусловлена вопросами организации обеспечения коммерческой разведки. Информационная часть работы предусматривает сбор данных по аспектам деятельности коммерческих организаций, юридических и физических лиц, связанных с коммерческой деятельностью, информации об адресах, транспорте, условиях конкретных коммерческих сделок и другой информации. Аналитическая часть работы направлена на прогнозирование развития событий и создание условий упреждающих действий в отношении

конкурентов или нежелательного развития ситуаций. Методы работы в коммерческой разведке аналогичны методам любой другой разведки, но с условием законодательных ограничений по их применению организациями, не являющимися государственными службами безопасности.

В качестве примера применения информационно-аналитической работы в коммерческой разведке мы можем привести только учебные примеры, так как реально проделанная работа в этом направлении является коммерческой тайной. В качестве же учебного примера можно рассмотреть выполнение задания для самостоятельной работы студентами направления подготовки «Торговое дело» профиля «Коммерция» Омского государственного университета путей сообщения при изучении дисциплины «Основы информационно-аналитической работы». Студентам была поставлена задача информационно-аналитического обеспечения возможного коммерческого стартапа в городе Омске.

Для решения этой задачи студенты должны выполнили следующие этапы работы.

1. Сбор предварительной информации о предмете исследований. Осуществлялся с использованием открытых источников информации, таких как интернет, рекламные публикации, открытые статистические источники информации и т.д.

2. Оценка надежности источников и достоверности, классификация и группировка информации.

3. Предварительный анализ по выявлению наиболее перспективного направления деятельности.

4. Сбор информации о состоянии дел в выбранном направлении деятельности из открытых источников. Выявление конкурентов.

5. Коммерческая разведка на торговых предприятиях возможных будущих конкурентов уже работающих на потребительском рынке города Омска с целью выявления конкурентных преимуществ и возможных достоинств и недостатков в конкретных предприятиях торговли. Методика разведки подразумевала работу звеньями по два-три человека в каждой торговой точке конкурентов, с целью дублирования запоминаемой информации. Чтобы не вызвать подозрений во время сбора информации в торговых точках им были поставлены следующие условия:

- не пользоваться записанными условиями задания на бумаге

или электронной версией задания на мобильном телефоне;

- не рассказывать в торговой точке, что они являются студентами направления подготовки «Торговое дело» и выполняют здесь учебное задание;
- не пользоваться фотоаппаратом, мобильным телефоном, диктофоном и другими подобными устройствами, фиксирующими информацию.

При сборе информации студенты использовали визуальное наблюдение и персонал торговой точки в качестве источника информации. При визуальном наблюдении оценивались:

- для внешнего окружения магазина – название и наружное оформление магазина, его адрес (район расположения в городе Омске), наличие удобных подъездных путей;
- для торгового зала – его оформление, примерная площадь, рациональность ее использования, применяемое оборудование, рациональность освещения, температурный режим;
- для оценки работы персонала – наличие продавцов, контролеров, охраны, кассиров, их количество, поведение во время работы;
- для оценки товара – ассортимент, цены, фирмы и страны-производители, оформление выставленного товара, наличие ценников, какая информация расположена на ценниках, есть ли описание товара, характеристики или реклама товара;
- для оценки услуг – есть ли дополнительные услуги в торговой точке, есть ли о них визуальная информация в торговом зале.

При работе с персоналом как источником информации студенты должны были сыграть роль неискушенного покупателя, и спровоцировать работников магазина на максимальную откровенность. В этом случае во время работы студенты оценивали:

- сразу ли подходит к покупателю продавец или продавец-консультант;
- как во время общения с покупателями ведет себя персонал магазина продавцы, продавцы консультанты, кассиры, охрана;
- компетентность и продавцов и продавцов-консультантов при ответах на вопросы покупателей;
- правдивость и объективность информации, полученной от продавцов и продавцов-консультантов при ответах на вопросы покупателей.

Сразу после выхода из торговой точки студенты фиксировали на бумаге полученную информацию.

6. По результатам коммерческой разведки проводилась обработка информации с последующим анализом. Все звенья объединялись в общую аналитическую группу и проводили совместный анализ, который включал в себя:

- выделение на карте города Омска посещенных торговых точек с указанием основных интересующих показателей (цены, фирмы производители и т.д.);
- балльную оценку выявленных показателей в торговых точках;
- построение многоугольника конкурентоспособности по выявленным показателям. Эта схема представляет собой лепестковую диаграмму с расположенными по осям показателями конкурентоспособности. Единицами измерения служит балльная оценка показателей. По занимаемой общей площади построенного многоугольника можно судить о сравнительной конкурентоспособности торговой точки;
- объяснение и обоснование полученных результатов как во время коммерческой разведки, так и экономических и логистических аспектов, полученных в результате предварительного сбора информации;
- прогноз для стартапа по этому направлению.

При данной методике применения информационно-аналитической работы в коммерческой разведке мы сознательно опускаем проблемы логистики торговых точек в торговой зоне, стратегии вытеснения конкурентов и расчета экономических показателей, которые тоже являются частью этой работы, по той простой причине, что они уже достаточно хорошо изучены и полно освещены в научной и учебной литературе в отличие от алгоритма применения и особенностей информационно-аналитической работы. Следует лишь добавить, что алгоритм информационно-аналитической работы очень тесно увязан с формированием профессионального мышления коммерсанта и является одним из составных факторов успеха его коммерческой деятельности. Применение данного алгоритма работы находит применение не только в учебных целях и не только для прогнозирования возможностей будущего стартапа, но и в реальной коммерческой деятельности уже работающих предприятий торговли с целью повышения конкурентоспособности и выявления

слабых и сильных мест торговых точек.

Шестая особенность информационно-аналитической работы в коммерческой деятельности заключается в том, что в качестве аспекта деятельности может быть рассмотрена сама коммерческая организация. В этом случае при оценке деятельности коммерческой организации будут справедливы принципы общего бизнес-анализа, аналогичные при его проведении в любой организации, занимающейся бизнесом.

Выводы

Таким образом, можно выделить следующие основные особенности применения информационно-аналитической работы в коммерческой деятельности:

1. Более узкая специализация по сравнению с бизнес-анализом.
2. Специфические особенности в области понятийного аппарата исследований.
3. Собственный оригинальный алгоритм применения.
4. Обеспечение потребностей информационной безопасности при защите коммерческой информации.
5. Обеспечение вопросов организации коммерческой разведки.
6. Возможность применения обычного бизнес-анализа при оценке деятельности коммерческой организации.

Выявленные особенности информационно-аналитической работы могут быть использованы в работе с информацией в коммерческих организациях, а также при обучении студентов экономических специальностей, связанных с коммерческой деятельностью.

ИСТОЧНИКИ:

- Базилевич, С.В., Брылова, Т.Б., Глухих, В.Р., Левкин, Г.Г. (2012). [Использование инновационных и интерактивных методов обучения при проведении лекционных и семинарских занятий](#). *Наука Красноярья*, 4, 103-113.
- Бариленко, В.И. (2011). [Бизнес-анализ как новое направление аналитической работы](#). *Сибирская финансовая школа*, 3, 32-35.
- Бариленко, В.И. (2014). [Особенности методологии бизнес-анализа](#). *Экономика и управление: проблемы, решения*, 3, 20-26.
- Буланова, Ю.С. (2014). [Бизнес-модель коммерческой организации как объект современного бизнес-анализа](#). *Современная экономика: опыт, проблемы и перспективы развития*, 3, 64-69.

- Галкина, Е.В. (2013). [Ассоциативные правила в бизнес-анализе и контроле](#). *Российское предпринимательство*, 9, 111-117.
- Герасимова, Е.Б., Филатов, М.В. (2012). [Развитие бизнес-анализа как инструмента повышения эффективности управления организацией](#). *Перспективы науки*, 12, 115-117.
- Горшкова, Л.А. (2006). [Эвристические технологии бизнес-анализа](#). *Экономический анализ: теория и практика*, 4, 9-14.
- Дуденков, Д.А. (2013). [Анализ требований причастных сторон в рамках бизнес-анализа](#). *Наука и общество*, 2, 88-92.
- Дуденков, Д.А. (2014). [Теоретическо-методологические основы бизнес-анализа как направления аналитической работы](#). *Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета*, 2, 55-59.
- Дьяконова, Л.П., Дьяконов, В.Ю. (2010). [Системы бизнес-анализа в среде e-learning](#). *Перспективы развития информационных технологий*, 2, 253-258.
- Зайцева, О.П. (2013). [Бизнес-анализ: генезис и отличия](#). *Вестник Сибирского университета потребительской кооперации*, 4, 36-43.
- Киселева, Т.В. (2013). Моделирование процесса управления трудовыми ресурсами предприятия с помощью систем бизнес-анализа. *Вестник СевКавГТИ*, 14, 111-114.
- Кравченко, Т.К. (2010). [Подготовка специалистов в области бизнес-аналитики: опыт факультета бизнес-информатики ГУ-ВШЭ](#). *Бизнес-информатика*, 4, 54-59.
- Милевич, А.С. (2007). [Виктимологическая профилактика коммерческой информации в малом бизнесе](#). *Фундаментальные исследования*, 12-1, 71-73.
- Филатов, М.В. (2012). [Важны ли системы бизнес-анализа для предприятий, функционирующих в условиях новой экономики?](#). *Мир новой экономики*, 3-4, 34-35.
- El-Telbany, O., Elragal, A. (2014). [Business-information Systems Strategies: A Focus on Misalignment](#). *Procedia Technology*, 16, 250-262. doi: [10.1016/j.protcy.2014.10.090](https://doi.org/10.1016/j.protcy.2014.10.090)
- Henfridsson, O., Lind, M. (2014). [Information systems strategizing, organizational sub-communities, and the emergence of a sustainability strategy](#). *The Journal of Strategic Information Systems*, 23(1), 11-28. doi: [10.1016/j.jsis.2013.11.001](https://doi.org/10.1016/j.jsis.2013.11.001)
- Ogiela, L., Ogiela, M.R. (2014). [Cognitive systems for intelligent business information management in cognitive economy](#). *International Journal of Information Management*, 34(6), 751-760. doi: [10.1016/j.ijinfomgt.2014.08.001](https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2014.08.001)
- Rajnoha, R., Kádárová, J., Sujová, A., Kádár, G. (2014). [Business Information Systems: Research Study and Methodological Proposals for ERP Implementation Process Improvement](#). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 109, 165-170. doi: [10.1016/j.sbspro.2013.12.438](https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.438)
- Seng, J., Lai, J. (2010). [An Intelligent information segmentation approach to extract financial data for business valuation](#). *Expert Systems with Applications*, 37(9), 6515-6530. doi: [10.1016/j.eswa.2010.02.134](https://doi.org/10.1016/j.eswa.2010.02.134)

Vadim R. Glukhikh, Senior professor of the Chair of Management, Marketing and Commerce; Omsk State Transport University

The specifics of the information and analytical work in the business activity

ABSTRACT:

The article deals with the issues of information and analytic work specialization in the business activity, the mechanism of its algorithm is analyzed, and specific features in the conceptual framework of studies are revealed, as well as the issues of security needs for protection of business information and issues of business intelligence organization. The opportunities of application of the business analysis for estimation of a business company's activity are discussed.

KEYWORDS: analytical algorithm, business information, business analysis, business, information support for commerce