**МДК 01.01 Организация коммерческой деятельности**

 Тема: Роль информации в коммерческой деятельности-2 часа

Коммерческая деятельность связана с подготовкой, принятием и реализацией управленческих решений. Подготовка и принятие решений осуществляется на основе имеющейся информации, от полноты и достоверности которой, зависит качество принимаемых решений. Успех в КД непосредственно зависит и от ее информационного обеспечения.

Объемы информации в современных условиях постоянно возрастают, а ее сбор и обработка усложняется. Эффективная КД невозможна без использования средств вычислительной техники и современных информационных технологий.

Стремительный рост и дифференциация спроса на все виды информации, в т.ч. научную, техническую, экономическую, привели к выделению отдельного сегмента рынка - рынка информационных услуг и технологий. Удовлетворение растущих пользовательских потребностей становится одной из главных задач, стоящих перед фирмами, предприятиями новой сферы - сферы информационного бизнеса.

Владение достоверной и актуальной информацией, наряду с умением применять адекватные средства и методы ее сбора, преобразования и передачи служит основой успешной КД любых предприятий и организаций независимо от их организационно-правовых форм и форм собственности.

Прямые преобразования в экономической среде, переход к рыночным отношениям, развитие предпринимательской деятельности, уникальность сложившейся ситуации и необходимость быстрого принятия управленческих решений привели к существенным изменениям в потоках информации, организационных формах, методах обработки и представления данных.

Большинство пользователей отказалось от продуктов и услуг, предоставляемых вычислительными центрами, которые еще совсем недавно были традиционной организационной формой использования вычислительной техники. Это произошло в силу целого ряда объективных причин, в т.ч. организационных, технических, экономических.

На развитие предпринимательской деятельности в сфере информационного бизнеса в России оказывают объективное влияние следующие факторы:

1. Практически полное отсутствие теоретических исследований и практических разработок по вопросам формирования рынка информационных продуктов и услуг.

2. Общее отставание от мирового уровня в развитии технической базы средств вычислительной техники и передачи информации, а также создание программных продуктов.

3. Почти полное отсутствие элементов рыночной информационной инфраструктуры.

4. Неразвитость методического, организационного и функционального обеспечения процессов совершенствования компонентов информационных и коммуникационных технологий.

Указанные факторы свидетельствуют о том, что сфера информационного бизнеса и развитие соответствующих рыночных структур требует проведения исследований, обеспечивающих:

1. Эффективное использование имеющегося мирового опыта в части формирования технической базы средств вычислительной техники и передачи информации, а также соответствующего программного обеспечения.

2. Ориентацию на лучшие мировые образцы с целью создания передовой системы информационного бизнеса.

3. Учет специфики зарождающегося отечественного рынка информационных продуктов и услуг.

Актуальность решения указанных задач определяется тем, что компоненты информационных и коммуникационных технологий в России развивается вне единого комплекса организационных, правовых и экономических мер, который необходим для эффективного вхождения в рыночную экономику.

Имеющиеся проблемы решаются фрагментарно, вне единой технической, организационной и социально-экономической модели развития.

Классификация коммерческой информации.

В общем виде под коммерческой информацией понимается вся та информация, используемая в системе управления КД. Коммерческая информация включает следующие блоки:

сведения об объектах коммерции - экономическом товаре (многообразие предметов купли-продажи); сведения о субъектах коммерции интегрированного рынка (общее рыночное пространство); сведения о состоянии локальных (целевые) рынков; знания, необходимые для управления коммерческой деятельностью.

* Упорядочение информации- как любое упорядочение тех или иных объектов - есть их классификация, но в коммерческой деятельности классификация информации в целом производится по критерию ее полезности. С точки зрения КД, вся используемая для этой деятельности информация может быть подразделена на три категории: информация о состоянии (конъюнктуре) рынка; нормативно-справочная информация; аналитическая информация. В силу эмерджентности рынка и происходящих на нем процессов создать исчерпывающую, непротиворечивую и не пересекающую классификацию ком. информации в принципе невозможно. Однако возможно сформировать классификацию как концептуальную систему, ограничив ее определенным перечнем признаков.

Возможны следующие признаки классификации коммерческой информации на основе которых она подразделяется на группы:

1. по направлению движения относительно управляющей системы (управляемая система-процесс торговли (товародвижения); управляющая система - структурированный персонал): - входящая; - выходящая; - внутренняя.
2. по времени действия : - оперативная; - текущая; - ретроспективная (отчетная); - перспективная (прогнозная).
3. по стабильности движения и поступления в управляющую систему : -периодическая; - непериодическая; - разовая.
4. по степени преобразования: - исходная (первичная); - фильтрованная; - промежуточная; - результатная.
5. по степени конфиденциальности: - открытая (общего назначения, публичная); - закрытая (с санкционированным доступом).
6. по видам носителей информации: - бумажная; - безбумажная (электронная).
7. по объектам коммерции: - информация, характеризующая экономический товар: продукция в натурально-вещественной форме (средства производства, предметы потребления); услуги розничного рынка, оказываемые населению; услуги оптового рынка, оказываемые юридическим лицам; недвижимость; ценные бумаги.
8. по субъектам коммерции: - информация, характеризующая субъектов интегрированного рынка: хозяйственные товарищества; общества; кооперативы; унитарные предприятия.
9. по направлениям и видам предпринимательства: -производственная; - торговая; - финансовая; - инфраструктурная; - маркетинговая; - логистическая;- внешнеэкономическая.
10. по уровню охвата информационной сетью: - информация локальных сетей; - информация корпоративных сетей; - информация всемирной сети.
11. по степени достоверности: - достоверная; - недостоверная (ложная); -искаженная; - ориентировочная (приближенная); - защищенная от ошибок и помех.
12. по содержанию о макроэкономическом состоянии рынка: - информация ,характеризующая: ВВП; НД; внешнеторговый оборот (экспорт-импорт); платежный баланс; деловую активность; курсы валют; федеральный и местные бюджеты и их исполнение.

Перечисленные признаки классификации ком. информации в той или иной мере относятся ко всем трем категориям: о конъюнктуре, нормативно-справочной, аналитической. Кроме того, признаки 1-11 предусматривают микроэкономический уровень, признак 12 является макроэкономическим.

Составить конспект, определения знать, классификацию изучить.