

ОСОБЛИВОСТІ АВТОМАТИЗАЦІЇ РОБОЧОГО МІСЦЯ МЕНЕДЖЕРА БУДІВЕЛЬНОЇ ФІРМИ

У статті проведено аналіз програмних продуктів, призначених для автоматизації роботи менеджерів з продажу на будівельних фірмах. Встановлено актуальність розробки системи автоматизації робочого місця менеджера будівельної фірми. Визначено спектр функцій, які потребують автоматизації. Розроблено схему даних для забезпечення організації роботи з даними відповідної системи.

This article conducted an analysis software designed for automation of work sales managers in construction firms. It is established the relevance of elaborations of automation system work-place manager construction company. It is established the spectrum of features that require automation. Developed the scheme of data base.

Сучасне життя суспільства неможливе без ефективного функціонування будівельного комплексу просто, і рівень його розвитку впливає на формування пропорцій і темпів розвитку галузей народного господарства, розміщення продуктивних сил і розвиток регіонів. Від розвитку цієї галузі залежить будівництво житла, створення нових міст і сіл, окремих мікрорайонів, постійна реконструкція житлових фондів, будівництво промислових і сільськогосподарських підприємств, транспортних об'єктів, лікарень, шкіл, торгових центрів тощо, будівельний комплекс підтримує в належному стані обороноздатність країни, створює передумови для зростання виробництва в усіх галузях господарства [1]. Будівельний комплекс як одна з найбільш капіталоемних і диференційованих виробничих систем справляє вагомий вплив на визначення темпів, масштабів і розміщення виробництва.

Планування чисельності персоналу будівельної організації здійснюється з метою забезпечення раціонального використання трудових ресурсів, визначення оптимального співвідношення категорій працівників. Слід зазначити, що сучасний ринок житла істотно відрізняється від ринку минулих років [2]. Коло традиційних учасників договору продажу-купівлі значно розширилося. Тепер зазвичай, в угоду крім покупця й продавця включається третій бік – посередник, за який виступає або ріелторська фірма, або приватний маклер. Але в кожній будівельній фірмі існують люди, які покликані здійснювати зв'язок між покупцями і торговими організаціями, – менеджери. Саме вони зустрічають клієнтів, надають їм послуги. На менеджерах лежить найбільша відповідальність за імідж і успіх фірми.

Менеджери з продажу – найбільш презентабельна позиція у будь-якій компанії. Адже саме від цих людей залежить прибуток компанії [3]. Як би якісно не будувала компанія, її зусилля зійдуть нанівець без клієнтів. Засоби автоматизації роботи менеджера будфірми з використанням інформаційних технологій, підвищивши якість і продуктивність його роботи, будуть мати своїм наслідком суттєвий комерційний ефект. Тому широке застосування інформаційних технологій в роботі менеджера з продажів будфірми є актуальним завданням.

Відповідно, метою статті визначено аналіз застосування сучасних інформаційних технологій для автоматизації робочого місця менеджера з продажів будівельної фірми й встановлення функціональних вимог до програмного забезпечення даного класу.

Програмні продукти, що використовуються для автоматизації робочого місця менеджера з продажів будівельної фірми, можна розділити з функціональної точки зору на дві категорії:

- програмне забезпечення, призначене для автоматизації роботи з даними (БД, бізнес-планувальники й т.ін.);
- допоміжне програмне забезпечення для автоматизації виконання окремих специфічних функцій (калькулятори, проектувальники, інше).

Серед найбільш відомих зразків програмного забезпечення першої категорії, які використовуються для менеджерів будівельної фірми, виділено «CRM» [4]. Основна мета впровадження CRM – створення конвеєра по залученню нових клієнтів та розвитку існуючих клієнтів. Важливу роль у втіленні CRM-стратегії в життя відіграють інформаційні технології. Програмні засоби CRM являють собою спеціалізовані системи, розроблені для автоматизації тих самих бізнес-процесів, процедур і операцій, які реалізовані у вигляді CRM-стратегії компанії (рис. 1).

В якості ключового інструменту для залучення й утримання клієнтів, CRM-додатки мінімізують людський фактор при роботі з клієнтами і дозволяють підвищити прозорість діяльності в сферах продажів, маркетингу і клієнтського обслуговування. У той же час, важливо усвідомлювати, що автоматизація процесу взаємовідносин з клієнтами є важливим, але не єдиним і не першорядним кроком. Програмний продукт є достатньо зручним інструментом, що є підтримкою вже існуючим регламентам і процесам.

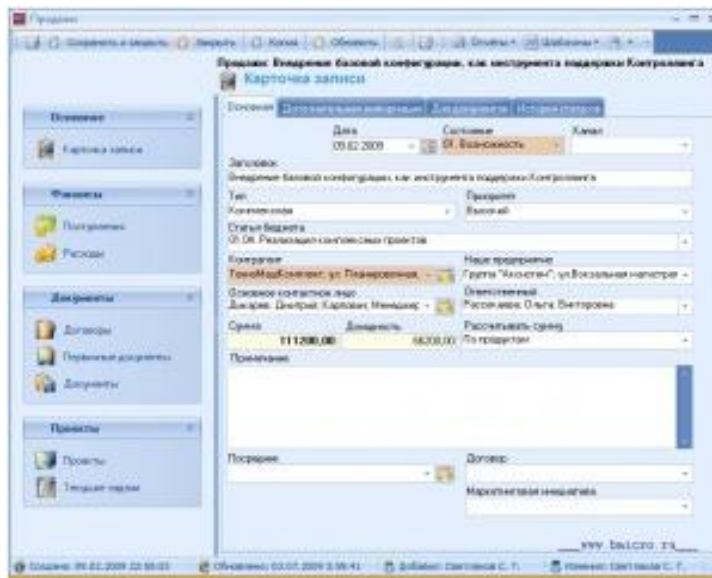


Рис. 1. Інтерфейс CRM (картка «Продаж»)

Незважаючи на те, що існують менеджери продажів, здатні до самостійної роботи, частіше зустрічається ситуація, коли за роботою співробітників необхідний постійний контроль. Менеджер, який знає, що його робота видна і контролюється керівництвом, як правило, працює краще. Якщо взяти ситуацію, коли в компанії не використовується CRM система, то процес контролю за менеджерами найчастіше зводиться до того, що менеджери з тією чи іншою періодичністю пишуть звіти про виконану роботу.

Microsoft Outlook представлений як персональний інформаційний менеджер з функціями поштового клієнта [5]. Це програмне забезпечення створене для підтримки дій між спільно працюючими людьми над вирішенням спільних завдань. Крім функцій поштового клієнта для роботи з електронною поштою, Microsoft Outlook є повноцінним органайзером, що надає функції календаря, планувальника завдань, записної книжки і менеджера контактів (рис. 2).

Для зручної роботи в Outlook.com можна використовувати безкоштовні додатки Office Web Apps. Можна відкривати, редагувати файли Office і обмінюватися ними прямо з поштової скриньки. Для спільної роботи ні відправнику, ні одержувачам не потрібно встановлювати пакет Office. Крім того, форматування синхронізується на всіх пристроях команди для ВП (відділу продажів) малого та середнього розміру.

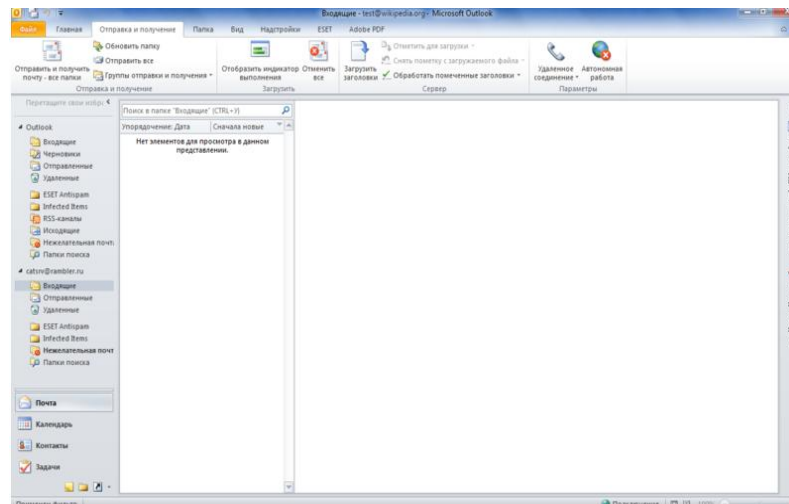


Рис. 2. Зовнішній вигляд Microsoft Outlook

Аналіз предметної області та програмного забезпечення показав, що на сучасному етапі має місце значне розходження між функціональними вимогами до автоматизованого робочого місця менеджера з продажів будівельної фірми та пропозиціями ринку програмного забезпечення. Враховуючи потребу в такому програмному забезпеченні, завдання розробки автоматизованого робочого місця менеджера з продажів будівельної фірми визначено актуальним.

В своїй роботі менеджер будівельної фірми використовує велику кількість різноманітної інформації. Так, для ведення звітності з позмінної роботи, слід зберігати інформацію про ведення графіку роботи менеджерів. Це необхідно для правильного розпланування робочого дня. У таких графіках відразу відводиться певний час протягом дня на виконання будь-яких повторюваних дій.

Менеджер повинен постійно контролювати, як виконані заплановані завдання, а також робити аналіз використання робочого часу і дізнатися, чи не втрачається чи воно по одних і тих же причин. У результаті менеджер надалі зуміє зосередитися на вирішенні найважливіших завдань і зможе не просто працювати, а досягати високих результатів [6]. Для ведення обліку візитів клієнтів потрібно зберігати інформацію про клієнта, що необхідно для формування психічного, фінансового та соціального пріоритету клієнтів і відповідних аналітичних вибірок. Також існує ведення обліку візитів де зберігається інформація про реєстрацію візитів. Наприклад в рамках даного блоку зберігається інформація про кількість людей, які відвідали відділ продажу за певний період часу. Це потрібно для виведення статистики відвідувань.

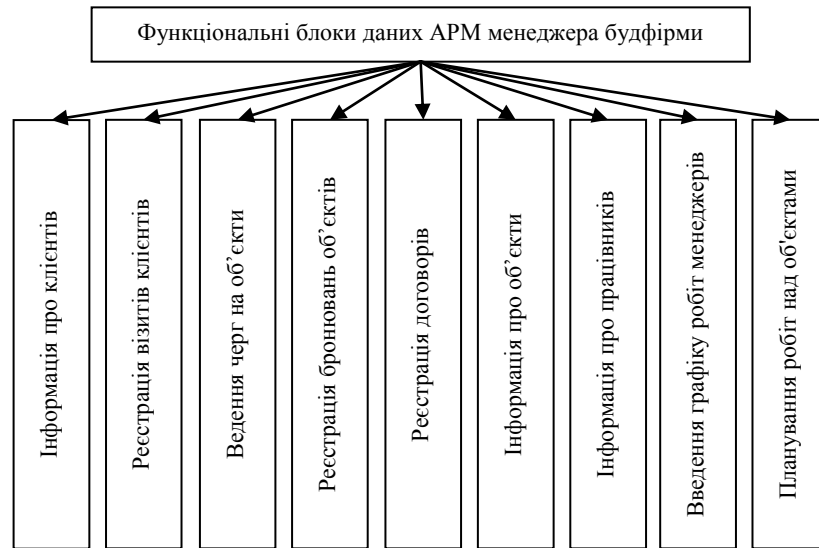


Рис. 3. Функціональні блоки даних АРМ менеджера будфінрми

Для ведення обліку інформації об'єктів потрібно зберігати інформацію про планування робіт над об'єктами. Так, для ведення звітності об'єктів потрібен облік бронювань та черг, тому послідовно потрібно зберігати інформацію про реєстрацію бронювань та ведення черг на об'єкти. Формування черг та бронювань показує зацікавленість клієнтів в придбанні нерухомості і надалі в підписанні договорів. Тому одним з останніх етапів ведення звітності є договори, в цьому блоці слід зберігати інформацію про реєстрацію договорів. Це потрібно для інформації про продаж та виведення суми прибутків для будівельної компанії.

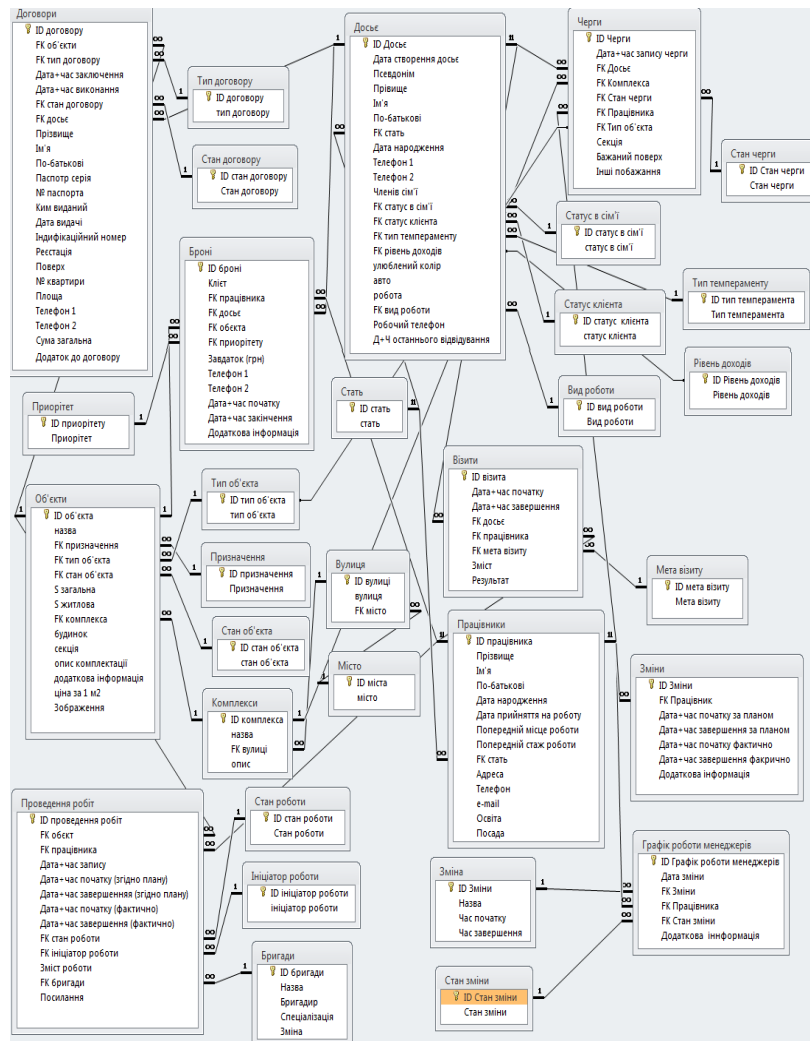


Рис. 4. Схема даних БД для автоматизованого робочого місця менеджера будівельної фірми

За результатами виконаного аналізу інформаційних потоків, було сформовано перелік основних функціональних блоків даних системи, необхідних для повноцінного супроводу роботи менеджера будівельної фірми (рис. 3).

Кожний функціональний блок призначений для забезпечення виконання групи функцій, що спрямовані на локальні об'єкти. Це дозволяє оптимально проводити групування функцій розробленої системи, що було підтверджено попередніми дослідженнями [7]. На основі розробленої схеми функціональних блоків даних АРМ менеджера будфінми та аналізу необхідного для них функціонального навантаження, було розроблено схему відповідної бази даних (рис. 4) для системи автоматизації роботи менеджера будівельної фірми.

Розроблена схема бази даних передбачає можливість забезпечення організації збереження й використання всього спектру даних, які використовуються при роботі менеджера будівельної фірми. Доступність і ефективність використання такого функціоналу залежить від безпосередньої реалізації відповідного програмного забезпечення, що є перспективою подальшої роботи в даному напрямку.

Таким чином, в статті було досліджено особливості роботи менеджерів з продажу на будівельних фірмах. Проведено аналіз програмних продуктів, призначених для автоматизації їх роботи. Встановлено актуальність розробки автоматизованого робочого місця менеджера будфінми. Визначено спектр функцій, які потребують автоматизації. Розроблено схему даних для забезпечення організації роботи з даними відповідної системи.

Література

1. Будівельний комплекс України. Сутність, роль та структура. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://referat.repetitor.ua/БКУ>
2. Основні принципи організації і управління підприємством. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.ukreferat.com/index.php?referat=42555>
3. Травін В.В., Дятлов В.А. Менеджмент персоналу підприємства. 2-е вид. - М.: Финпресс, 2000. - 203 с.
4. Terrasoft. CRM технології. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.terrasoft.ua/software/CRM/definition>
5. Office и SkyDrive. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://windows.microsoft.com/ru-ru/windows/outlook-office>
6. Веснін В.Р. Практичний менеджмент персоналу. Посібник з кадрової роботи. - М.: МАУП, 2001. - 496 с.

7. Копитко О.П., Мазурець О.В. Застосування розподілених технологій для організації баз даних на сучасних швейних підприємствах // Збірник наукових праць за матеріалами шостої міжнародної науково-технічної конференції «Актуальні проблеми комп'ютерних технологій 2012». Хмельницький – 2012. – С.152-157.