

Az értékesítési információrendszer kiépítésének néhány kérdése

I. Az értékesítés információellátottságának általános problémái

A vállalati információk fő feladata, hogy aktívan hozzájáruljanak az ügyviteli politika fejlesztéséhez, és emeljék a termelés gazdasági szintjét. Éppen ezért az információrendszer kiépítését a vállalat gazdasági politikájának elemzésével kezdjük:

- a külső és belső, illetve a tárgyi és személyi tényezők elhatárolásával;
- az egyedi politikák hatáskörének pontos megjelölésével;
- az általános és egyedi politikák érintkezési pontjainak meghatározásával;
- az egyes funkciók kölcsönhatásának megállapításával;
- az egyes funkciókkal kapcsolatos döntések időbeli ütemezésével, stb.

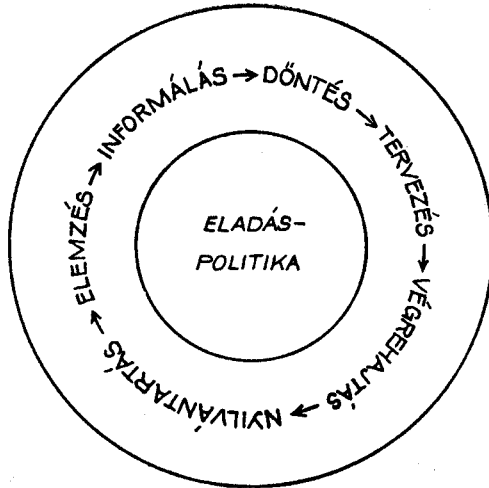
Az egyes funkciók differenciáltságával kapcsolatban idézzük Ing. Roco Braut állásfoglalását: „Mi egyforma jelentőséget tulajdonítunk minden gazdasági funkciónak, holott kettő közülük külön figyelmet érdemel. Ezek az értékesítés és a gyártmányfejlesztés funkciói.”

Az értékesítés számára szükséges információrendszer kialakításánál elsősorban arra a kérdésre kell választ adni, melyek azok az információk, amelyek az értékesítési politika megvalósítását és továbbfejlesztését szavatolják.

Az információ a vállalati nyilvántartásból és annak rendszeres elemzéséből indul ki, és a döntés, tervezés, valamint a végrehajtás alapját képezi.

Az 1. ábra azt mutatja be, milyen szerep jut az információnak ebben az egészlet képező folyamatban.

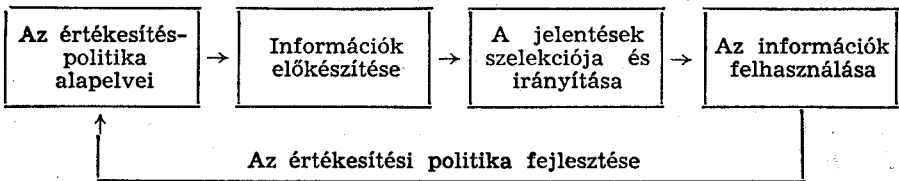
Amennyiben elfogadjuk az álláspontot, hogy az értékesítés információrendszere az eladáspolitikai követelményein épül, hogy a vállalat olyan nyilvántartást vezet, amely az elemzőinformációk alapját képezi, és hogy ez utóbbiak az értékesítés fejlesztését hiva-



tottak elősegíteni, akkor az információszerzés folyamata a következő szakaszokra oszlik:

- az eladáspolitikai alapelvei mint az információszerzés kiinduló pontja;
- az eladással kapcsolatos információk előkészítése;
- az információk szelekciója;
- az információk körforgásának irányítása, és
- az információk felhasználása az értékesítési politikában.

Ezt az egészet képező és mindig ismétlődő folyamatot a 2. ábra érzékelteti:



1. Az értékesítési politika alapelvei mint az információszerzés kiinduló pontja

Melyek azok az értékesítési politikai alapelvek, amelyeket egy racionális információszerzés kiépítésénél figyelembe kell venni?

A) Az első kérdéscsoport: *Mit vigyünk a piacra?*

Itt a következő komponensekről van szó:

- mely termékeket?
- milyen minőségű termékeket?
- mennyit?
- mikor?

Amennyiben sikerül megfelelő választ találni a fenti kérdésekre, már meg is oldottuk az eladással kapcsolatos főbb problémákat, sőt a termelés alapvető kérdéseit is (termelési struktúra, mennyiség, minőség, ritmus, stb.).

B) A második fontos kérdés: *Milyen áron értékesíteni?*

Az áraknak olyan szinten kell mozogniok, hogy ne csak a termelés gazdaságosságát biztosítsák, hanem a termékek piaci versenyképességét is. Itt a gazdálkodás összeredményét kell szem előtt tartani, és nem feltétlenül szükséges arra törekedni, hogy minden egyes termék jövedelmet valósítson meg, vagy minden rövidebb gazdasági időszak pozitív eredménnyel záruljon.

C) A következő kérdéscsoport: *Kinek és hova adni el?*

Az értékesítéspolitika fő feladatai ezen a téren:

- a meglévő eladási területek megtartása,
- új eladási területek feltárása,
- a már állandósult kereskedelmi kapcsolatok ápolása;
- új gazdasági kontaktusok megteremtése, stb.

D) A következő kérdések az *értékesítés fokozására* vonatkoznak.

Itt részben azokat a gazdasági ösztönzőket kell figyelemmel kíséreni, amelyeket az értékesítési feltételek a vevő számára biztosítanak, részben viszont azokat, amelyek az eladási osztály munkájára hatnak ösztönzőleg.

„Egyik oldalon vannak a vevőknek adott kedvezmények, a másikon az általuk elért eredmények, a kettő között pedig a vállalat érdekei”.¹

E) Bár az információrendszer szervezésénél az értékesítéspolitika alapelveiből indulunk ki, nem szabad figyelmen kívül hagyni a vállalat többi funkciójának információigényét sem. E kettős célt az eladási osztályból kibocsátott, valamint a többi gazdasági egységből oda beérkező információk elégítik ki.

2. Az értékesítéssel kapcsolatos információk előkészítése

Az előkészítési folyamat az eladás részletes elemzésével kezdődik. Számvevőszégi, operatív és más jellegű adatok felhasználásával különböző kimutatások készülnek, amelyeket az elemzés homogén csoportokba rendszerez.

Az eladással kapcsolatos elemzéseket és információkat Dr. Simo Dohčević a következőképpen csoportosítja:

- az összértékesítés eredményességét kimutató információk,
- belföldi értékesítéssel kapcsolatos információk,
- külföldi értékesítéssel kapcsolatos információk,
- az eladás feltételeivel foglalkozó információk,
- információk az értékesítési és a többi politika kölcsönhatásáról.

A fenti problémacsoportok keretein belül alakulnak ki azok a paraméterek és mutatók, amelyek az értékesítési politika pozitív vagy negatív eredményeit tükrözik.

3. Az értékesítéssel kapcsolatos információk szelekciója

Az információrendszer kiépítésénél fokozott figyelmet kell fordítani a rendelkezésre álló információk szelekciójára.

Az értékesítéspolitikai szolgálatában álló információk kétféle elbírálás alá esnek, így szelekciójuk is két irányban történik:

- a felhasználó szerv információigényének megfelelően, és
- a leadási és továbbítási időszakok meghatározásával kapcsolatosan.

Az egyes információk jellegét a felhasználó szerv funkciója, és szintje határozza meg. Éppen ezért az információrendszer kiépítése nemcsak a rendszer szervezőinek feladata, hanem valamennyi vállalati szervé is. Minden funkciónak, valamint minden végrehajtási és vezetői szintnek meg kell határoznia, mikor és milyen jellegű információt igényel, ugyanakkor elő kell terjesztenie, mikor és milyen jellegű információ leadását tartja célszerűnek.

Az információk szelekciója tehát nem más, mint az igények és lehetőségek összehangolása. Tekintettel arra, hogy egy dinamikus rendszerben az igények is, a lehetőségek is változnak, a meglévő információk szelekcióját mindig a változások figyelembevételével kell végezni.

A kiválasztott információk körforgásának szervezése nagy figyelmet érdemel, mert ez az a terület, amely a belső tartalékok egyik jelentős forrását képezi. Az információrendszer csak akkor működhet a követelményeknek megfelelően, ha pontosan meghatározzuk: kitől, mikor, milyen jellegű, tartalmú és részletességű információkat igénylünk, és ha ugyanakkor megjelöljük az információk továbbításának útját is.

4. Az információk felhasználása az értékesítéspolitikában

Nem túlzás, ha azt állítjuk, minden funkció hatékonysága jórészt informáltságának függvénye. Az értékesítéssel kapcsolatos információk tehát az értékesítéspolitikát hivatottak hatékonyabbá tenni. Éppen ezért az információrendszer lényeges vonásait az értékesítéspolitikai célkitűzései határozzák meg. Az intenzív fejlődés nagy igényeket támaszt az információrendszerrel szemben, és a speciális igények kielégítése olyan feladatot képez, amely csak hosszantartó és részletes szervezési munka árán oldható meg.

Itt rá kell mutatni az anyagi ráfordítások és az információk kihasználási foka között fennálló ellentétre is. A modern technika ugyanis olyan arányú és szintű információkkal lát el bennünket, amelyek messze az emberi felvevőképesség felett állnak. A két vélet közötti távolságot csak úgy hidalhatjuk át, ha a döntéseket is a korszerű technika alkalmazásával hozzuk. Az információrendszer ha-

tékonysági fokát csakis a fejlett számviteli és elemzési eljárások, gondosan szervezett adatfeldolgozási folyamatok és korszerű adatfeldolgozó gépek segítségével hozott döntések igazolhatják.

II. Az eladási osztály vezetőjének informálása

A vezető számára szükséges információrendszer kialakítása a következő szervezési szakaszokra oszlik:

- gazdaságpolitikai,
- elbírálási,
- módszertani,
- technikai és
- ellenőrzési.

1. Gazdaságpolitikai szervezési szakasz

Az információrendszer felépítésének alapkövét az értékesítéspolitika tartalma és hatásköre képezi. Ennek a szakasznak az a feladata, hogy pontosan meghatározza az egyes funkciók politikájának hordozóit és tényezőit, valamint az egyedi politikák kölcsönhatását.

Az értékesítéspolitika az általános gazdasági politika szerves része, tehát összhangban kell lennie vele. Ugyanúgy összhangban kell lennie a vállalat többi funkciójának politikájával is.

Az általános, valamint az egyedi politikák ilyen szoros kapcsolódása elengedhetetlenné teszi az értékesítési osztály együttműködését a többi gazdasági egységgel. Így az eladási osztály összekötésben áll:

- a termelési üzemszervekkel,
- a gyártmányfejlesztési osztállyal,
- a műszaki ellenőrzéssel,
- a számvevőséggel és a pénzügyi osztállyal,
- a tervezéssel és az elemzéssel,
- az általános ügyek osztályával,
- a káderosztállyal, stb.

2. A szervezés elbírálási szakasza

Ez a szakasz a meglévő információrendszer tanulmányozását öleli fel, és a következő fázisokból tevődik össze:

- a meglévő információk jellegének és forrásaink rögzítése;
- az összegyűjtött anyag rendezése és
- kritikai elemzése.

Az első fázis azoknak az információknak összegyűjtését képezi, amelyeket az értékesítési osztály a többi vállalati egységtől kap.

A második fázis az információs anyag rendszerezéséből áll. Az információk csoportosítása aszerint történik, hogy ki, miről, mikor és hogyan tesz jelentést.

Az információk áttekintése

Gazdasági egység Ki?	A jelentés tartalma Miről?	Jelentési időszak Mikor?	Jelentési forma Hogyan?
Értékesítési osztály	Megvalósított értékesítés A vevők reklamációi	naponta havonként havonként	táblázat táblázat
Termelési üzemrészlegek	Befejezett termelés A havi termelési terv megvalósítása A negyedévi termelés megvalósítása A karbantartási terv megvalósítása	naponta havonként negyed- évenként negyedév	táblázat táblázat táblázat írásbeli
Pénzügyi osztály	Az értékesítések megfizettetése A vevők könyvvitelének kivonata Az eladási osztály költségei Bruttó bilánsz Negyedévi elszámolás Évi zárszámadás	naponta havonként egy és háromhav. havonként negyedév évenként	nyomtatvány- lap nyomtatvány- lap táblázat előírt forma előírt forma előírt forma
Tervezés és elemzés	Az értékesítési osztály pénzügyi terve Értékesítési terv Operatív értékesítési terv Állóeszközök leírási terve Állóeszközök karbantartási terve Összehasonlító elemzés	évenként évenként havonként havonként negyed- évenként negyed- évenként	táblázat táblázat táblázat nyomtatvány- lap táblázat grafikon
Beszerezési osztály	A beszerzési terv megvalósítása	havonként	táblázat
Jogi osztály	A rendszertelenül fizető vevők perelése A vevők reklamációival kapcsolatos perek	szükség szerint havonként	írásban táblázat

Az így rendszerezett információs anyagot kritikai elemzésnek vetjük alá. Az elbírálás az új információrendszer irányelveire épül, és figyelembe veszi az igényeket is és a lehetőségeket is.

Az előbbi áttekintést tanulmányozva a következő észrevételeket tehetjük.

A meglevő információrendszer egyik legnagyobb hiányossága, hogy a jelentések nagy része uniformizált. Az értékesítési osztály vezetője is ugyanazokat a jelentéseket kapja, amelyeket a többi osztályvezető. Az ilyen általános jellegű kimutatások rengeteg olyan adatot tartalmaznak, amelyeket az értékesítés vezetője nem igényel, viszont hiányoznak belőlük az eladási osztály munkájára vonatkozó részletes információk. Tekintettel az egyes funkciók közötti különbségre, a vezetők munkáját előmozdító információk között is számottevő különbségnek kell lennie.

Hiányosságot képez az is, hogy az eladási osztály vezetője nem kap jelentést olyan fontos gazdasági eseményekről, mint például a piaci árak alakulása, az egyes eladási területek felvevőképessége, a késztermékek raktárkészlete, a vállalat pénzügyi helyzete, stb.

Meg kell jegyezni azt is, hogy az információk nagy része múltbeli, már nem változtatható, hanem csak elemezhető eseményekre vonatkozik. Aránylag kevés információ tükrözi a folyamatban levő gazdasági eseményeket, így a vezető operatív beavatkozásának lehetősége is csökken.

Végül még arra kívánunk rámutatni, hogy a meglevő jelentések többnyire a gazdasági események időbeli alakulásával, valamint az egyes gazdasági kategóriák összetételével foglalkoznak. Alig van olyan információ, amely az egyes gazdasági tényezők kölcsönhatásáról számol be. Amennyiben a vezetőnek szüksége van egy-egy ilyen mutatóra, kénytelen saját maga kikeresni a problémára vonatkozó adatokat és elvégezni a megfelelő számításokat. Talán nem szükséges külön kihangsúlyozni, hogy ezt sokan meg sem teszik, és így az információs anyag csak részben van kihasználva.

3. A szervezés módszertani szakasza

Ebben a szakaszban bontakoznak ki az új információrendszer körvonalai. A rendszer alapvető ismérvei: ki, miről, mikor és hogyan informálja az eladási osztály vezetőjét.

Tekintettel arra, hogy a vezetőnek a vállalaton belüli eseményeken kívül meg kell ismernie a vállalat tevékenységét kívülről szabályozó és befolyásoló hatásokat is, külön foglalkozunk:

- A) a vállalaton belüli információkkal és
- B) a kívülről származó információkkal.

A) A vállalaton belüli információk

A vezető számára szükséges információk vállalaton belüli forrásai:

- a) az értékesítési osztály és
- b) a vállalat többi gazdasági egysége

a) Az értékesítési osztály információi

„Az információrendszer kialakításának egyik alapvető szabálya, hogy a különféle szintű vezetőkhez azok az információk jussanak el (kellő formában, időpontban, stb.), amelyek munkakörükkel, fel-

adatukkal, a rájuk tartozó döntésekkel kapcsolatosak, illetve azokhoz szükségesek. Ez azt jelenti, hogy sem hiányos, sem túlzott tájékoztatás nem állhat fenn.”²

A vezetés hatékonyságának érdekében a vezetőknek decentralizálnia kell a döntési jogok és kötelességek egy részét. Ennek következtében nem szükséges, hogy minden információ eljusson az osztályvezetőhöz. A sikeres vezetői stílus abból indul ki, hogy ha a vezető mindenről tájékoztatást kap kevesebb szükséges információval rendelkezik, mintha csak néhány döntő területre korlátozná figyelmét.

Mivel az operatív döntések és rendelkezések kérdéseivel rendszerint a csoportvezetők foglalkoznak, a szakelődőktől eredő információk egy része csak eddig a vezetői szintig jut el. Magasabb szintre azokat az információkat kell vinni, amelyek az értékesítéspolitikával kapcsolatos kérdésekhez és az alapvető döntésekhez fűződnek.

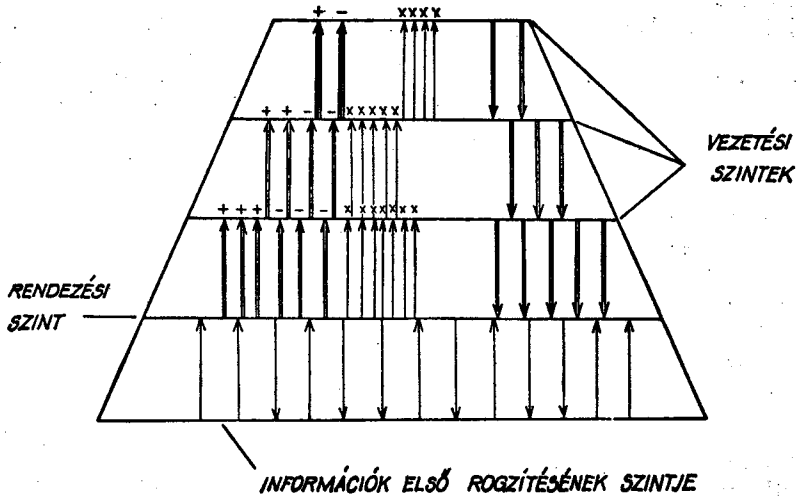
Az információk a felsőbb vezetési szinthez csak megfelelő rendezés, összesítés, szelekció, stb. után továbbbíthatók. Természetesen a rendkívüli eseményekkel kapcsolatos, sürgős értesítések minden előzetes feltartóztatás nélkül jutnak el az osztályvezetőhöz.

Az információrendszer kiépítésében fontos feladatot képez a vezetői szint és az információellátottság összehangolása. A túlméretezett adatáramlás a vezető túlterheltségéhez vezet, hiányos tájékoztatás esetén viszont a döntés információbázisa hiányzik. Célszerű kiegyensúlyozottság csak megfelelő szervezés által érhető el.

A felfelé irányuló információnak csak addig a vezetői szintig szabad eljutnia, amely szinten a vele kapcsolatos döntés történik. A visszaható intézkedésekkel összefüggő, ezúttal ellenkező irányú információnak is erről a szintről kell kiindulnia.

A felsőbb szintek felé haladva ez a kétirányú információáramlás csökken, az egyes információk jelentősége pedig fokozódik.

Ezt a tendenciát Dr. Ladó László a következő sémával érzékelteti:³



A továbbiakban arról kívánunk szólni, miről, mikor és hogyan kell informálni az értékesítési osztály vezetőjét.

1) Az értékesítési terv megvalósításával kapcsolatos információk

Az értékesítési osztály vezetőjét naponta tájékoztatni kell az értékesítéssel kapcsolatos eseményekről. A napi jelentések adatait célszerű tíznaponként összesíteni és a kimutatást úgy készíteni el, hogy az ne csak a termékek szerinti értékesítésről tájékoztasson, hanem az eladott termékek gazdasági egységek szerinti struktúrájáról is.

Az értékesítési terv megvalósításával kapcsolatos havi jelentés a következő táblázat alapján készülhetne:

Az értékesítési terv megvalósítása

fizikai egységekben

A társult munka alapszer-vezete	Termék megne-vezése	T e r v		M e g v a l ó s í t á s			Arányok		
		Folyó hó	Összesen	Folyó hó	Előző hó	Összesen	5:3	5:6	7:4
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Az előbbi táblázatok mellett minden hónapban el kell készíteni egy olyan jelentést is, amely nem fizikai, hanem pénzügyi egységekben tájékoztat az értékesítési terv megvalósításáról.

2) Az eladási árakkal kapcsolatos információk

Az osztály vezetőjét minden hónapban informálni kell az értékesített termékek árának ingadozásáról. A jelentésnek ki kell mutatnia a termékek előző évi átlagos árát, a tervezett árakat, az előző hónap árait, valamint a jelentési időszakban kialakult árakat. Az egyes árak közötti eltéréseket ajánlatos százalékban is kifejezni.

3) A reklamációkkal kapcsolatos információk

A vevők reklamációiról havonta jelentést kell tenni az eladás vezetőjének. A táblázat a következő adatokat tartalmazza: a vevő megnevezését, a reklamáció tárgyát képező terméket, a reklámált értéket, a reklamáció okát (minőség, mennyiség, szállítási határidő, stb.)

4) Az eladási területekkel kapcsolatos információk

Az osztályvezetőnek legalább negyedévenként tájékozódnia kell arról, hogy a jelentési időszakban melyik eladási területre mennyi árut szállítottunk. Célszerű, ha az egyes eladási területek részese-
dését, valamint az értékesített termékekre vonatkozó egyéb adatokat nem abszolút, hanem relatív értékekben fejezzük ki. Így áttekin-
tetőbb képet kapunk az egyes piacok jelentőségéről.

A külföldi piacon megvalósított értékesítésről külön jelentés ké-
szül, amely az egyes országokba irányuló termékek értékén kívül
külön kimutatja a konvertibilis területek részese-
dését.

Az eddig felsorolt jelentések azokról a gazdasági eseményekről
számolnak be, amelyeket az értékesítési osztály kísér. Rajtuk kívül
az értékesítéspolitikát azokat az információkat is igényli, amelyek a
vállalat különböző gazdasági egységeinek munkájáról tájékoztatnak.

b) A vállalat többi gazdasági egységéből eredő információk

Az értékesítési osztályvezető számára szükséges információkat a
termelő üzemrészlegek, a termékfejlesztés, a pénzügyi osztály, vala-
mint a káderosztály és az általános ügyek osztálya szolgáltatják.

A *termelési* terv megvalósításával kapcsolatos jelentést minden-
nap továbbítani kell az értékesítési osztály vezetőjéhez. A napi ada-
tok alapján az osztály szakelőadói minden hónap végén egy összesítő
kimutatást készítenek.

A rendszeres napi jelentések mellett a termelés rendkívüli jel-
legű információkat is továbbít az értékesítési osztályhoz. Ezek több-
nyire a termelés ritmusának változására vonatkoznak (a termelés
szünetelése előrelátott vagy rendkívüli nagyjavítás miatt, kollektív
évi szabadság, stb.).

Amennyiben új termék gyártására kerül sor a termelés a *gyárt-
mányfejlesztéssel* egyetemben értesíti az értékesítési osztályt erről
az eseményről. Egyben tájékoztatást ad az új termék műszaki és
gazdasági ismérveiről, külön kihangsúlyozva azokat az elemeket,
amelyeket a gazdasági propaganda és reklám eredményesen fel tud
használni.

A *pénzügyi osztály* több napi, havi, ill. háromhavi jelentést küld
az értékesítési osztálynak.

A napi folyószámla-kivonat átvétele után a pénzügyi osztály
azonnal értesíti az értékesítési osztályt, melyik vevő fizette be tar-
tozását a vállalat folyószámlájára. Ez a jelentés rendszerint telefon
útján történik azzal, hogy tíznaponként, esetleg csak havonként pon-
tos kimutatás készül a vevőkkel szemben fennálló összkövetelésről.

Az üzemi könyvvitel minden hónapban jelentést tesz a készter-
mékek raktárkészletéről, feltüntetve az előző év átlagát, a terve-
zett raktárkészletet és a jelentési időpontban raktáron levő termékek
értékét.

A számvevőség jelentései az értékesítési osztály munkájának
eredményességéről számolnak be. Ezekben a negyedévenként ké-
szülő információkban a megfelelő időszakra tervezett és megvaló-
sított jövedelemre, ill. költségekre vonatkozó adatok találhatóak meg.

A társult munka- alapszer- vezete	Össz- jövedelem		Költségek		Tiszta jövedelem		Gazdasá- gosság		Jövedel- mezőség		
	Terv	Megval.	Terv	Megv.	Terv	Megv.	2:4	3:5	6:2	7:3	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

A káderosztállyal együttműködve a pénzügyi osztály információval szolgál a személyi jövedelmek alakulásáról is.

A jogi osztály tájékoztatja az értékesítés vezetőjét az új törvények megjelenéséről, a meglévő előírások módosításáról, ügyel ezek betartására és rámutat az értékesítési osztály munkájában előforduló esetleges mulasztásokra. Azonkívül ez az osztály intézi a fizetéképtelen vevők ellen indított pereket is.

A káderosztály gondoskodik a szakkáderek biztosításáról, a szakmai továbbképzésről, figyelemmel kíséri az egyes munkahelyek betöltésével kapcsolatos problémákat, stb. Az értékesítési osztályra vonatkozó információkat azonnal továbbítja az osztály vezetőjéhez.

B) Kívülről származó információk

Az értékesítéspolitikai célkitűzések elérésének érdekében az osztály vezetőjének meg kell ismernie a vállalatot érintő és kívülről származó információkat, így elsősorban azokat, amelyek a vállalattal szemben támasztott igényekre és azok teljesítésére vonatkoznak. Ezekon kívül ismernie kell azokat a kívülről származó információkat is, amelyek még nem vonatkoznak konkrét igényekre, de összefüggésben állnak a vállalat fejlesztésével és távlati feladataival.

A külső hatásokra vonatkozó információkat:

- a piaccal kapcsolatos információk és
- a hasonló tevékenységet kifejtő vállalatok összehasonlító információi képezik.

A piacról származó információk által az eladás irányítója értesülést nyer az egyes áruk keresletének és kínálatának ingadozásáról, az árak alakulásáról, a piacon megjelent új termékekről, az új eladási módszerek alkalmazásáról, a piackutatás eredményeiről, stb.

Ezek az információk különböző forrásokból erednek és különböző úton jutnak el az értékesítési osztály vezetőjéhez.

A kívülről származó információk másik csoportjába a hasonló tevékenységet kifejtő vállalatok gazdálkodási feltételeire és jöve-

delemelosztására vonatkozó összehasonlító információk tartoznak. Ez az összehasonlítás hű képet ad a vállalat gazdálkodásának eredményességéről, meghatározza a vállalat helyét a többi termelőhöz viszonyítva, feltárja a kihasználatlanul hagyott lehetőségeket, és egyben rámutat a fejlesztési irányvonalakra is.

Az összehasonlító elemzések nagy előnye, hogy grafikum segítségével érzékelteti a vállalat tevékenységével kapcsolatos mutatókat, az ágazat átlageredményeit és a pozitív vagy negatív eltéréseket.

4. Műszaki szervezési szakasz

Ez a szakasz az adatfeldolgozás és az információtovábbítás kérdéseivel foglalkozik.

Az egyes jelentések különböző technikai megoldással készülhetnek. Dr. Kukoleča szerint a kívánt adatok a következő módon mutathatók ki:⁴

- grafikonok;
- összehasonlító áttekintések;
- koefficiensek, százalékok, indexek, stb.;
- magyarázatok és
- figyelmeztetések az eltérésekre.

Az adatfeldolgozásnak és az információtovábbításnak olyan szinten kell lennie, hogy csökkentse az ellentétet:

1. a fejlett termelési technika és kevésbé fejlett szervezés között;
2. az öngazgatás decentralizálása és a csaknem anarchikusnak mondható tájékoztatási módszerek között;
3. a nagyfokú gazdasági együttműködés és a vele kapcsolatos információszolgálat között, és
4. a vállalatok külföldi piacokon való részvétele és az alacsony szintű, hiányos információk között.⁵

5. A szervezés ellenőrzési szakasza

Ez az utolsó szakasz az új információrendszer működését ellenőrzi. Rámutat arra, hogy az átszervezett információrendszer milyen fokon elégíti ki a vele szemben támasztott igényeket, és felszínre hozza az esetleges hiányosságokat is. Ezek alapján a szervezés további aktív tevékenységet fejt ki az információrendszer tökéletesítésének érdekében.

Egy jól működő információrendszer kiépítése rendszeres és alapos munkát igénylő folyamat. Egyik szervezési szakaszból a másik felé haladva azonban sikeresen valósul meg a végső cél: az értékesítési osztály számára szükséges információk biztosítása.

Jegyzetek

- ¹ Dr. Sima Dohčević: „Računovodstvene informacije za potrebe politike prodaje”, Simpozij, Opatija 1970. Štampani referati 379. oldal.
- ² Dr. Ladó László: Az információrendszer néhány vezetői kérdése „Vezetési ismeretek” Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest, 1967. 120. oldal.
- ³ Dr. Ladó László: idézett mű, 122. oldal.
- ⁴ Dr. Stevan Kukoleča—Dr. Živko Kostić: Izveštajna služba o poslovanju preduzeća za članove radničkog saveta, 18—21. oldal.
- ⁵ Dr. Sima Dohčević: Izgradnja sistema izveštavanja u preduzeću podeljenom na radne jedinice, Subotica, 1967. 90. oldal.

Rezime

Neka pitanja izgradnje sistema informacija u oblasti prodaje

Autor u obradi svoje teme polazi od činjenice da je osnovni zadatak informacija da povećaju efikasnost prodaje, i efikasnost ostalih funkcija u preduzeću.

Radi ostvarenja ovih ciljeva sistem informisanja treba da uzme u obzir kako one informacije koje su nastale u preduzeću — unutrašnje informacije, tako i one koje su nastale van njega — spoljne informacije.

Pravilno izgrađen sistem informisanja ne sme da se zadovolji izveštavanjem o minulim poslovnim događajima koji predstavljaju osnovu za vršenje analiza i izvlačenje zaključaka, ali ne daju mogućnost za operativno delovanje. Stoga informacije o prodaji treba da sadrže podatke ne samo o zaključenim, nego i o tekućim poslovima, pa čak i o onima koji su vezani za razvoj preduzeća i u budućnosti.

Funkcionisanje sistema informisanja u mnogome zavisi i od toga da li je odgovarajući nivo rukovođenja snabdeven informacijama koje taj nivo zahteva.

Od poštovanja ovih postavki umnogome će zavisiti uspešnost ostvarenja našeg zadatka: izgradnja sistema informisanja za potrebe rukovodioca prodaje.

Summary

Some Questions of Designing of an Information System in the Field of Selling

In discussing this subject the paper takes as its starting-point that the main task of sales informations is to promote the efficiency of the sales function and to contribute to a more efficient execution of the other functions in an enterprise.

In order to achieve these aims the information system should consider both those informations which originate in the enterprise — internal informations and those which originate from outside the enterprise — external informations.

A properly designed information system must not be content with reporting upon past transactions that represent the basis for analysis and decision making but do not give any more a possibility for strategic action. Therefore sales informations have to comprise data not only on past but

on current transactions as well, even on those which are relevant to the future development of the enterprise.

The functioning of an information system also depends on whether the respective management level disposes of the necessary informations.

The successful realisation of our task: the design of an information system for the purpose of sales manager will largely depend on whether we respect these assumptions or not.