

Островський В.І.

магістр,

Науковий керівник: Павловський М.В.

кандидат технічних наук, доцент,

Національний транспортний університет

УКРАЇНСЬКИЙ І ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

Формування ринкових механізмів на підприємствах автомобільного сервісу, створення необхідних умов функціонування для підприємств такого типу потребує створення адекватною цим механізмам середовища ділової інформації. Згідно з дослідженнями Ємеліна В.А. [1], а також Чеснокова О.Г. [2], це середовище має забезпечувати інформаційну підтримку елементів системи фірмового обслуговування на всіх стадіях виробництва і споживання продукції і послуг, а також в усіх областях їх діяльності.

Фірмові автоцентри України не можна назвати такими, що «відстають» в плані інформатизації, але якість цієї інформатизації доки залишає бажати кращого. Більшість підприємств галузі працюють з різномірним парком інформаційних технологій (ІТ), що обумовлено не лише історично методами автоматизації, що склалися, але і тим фактом, що досі мало галузевих рішень, дійсно здатних відповідати на усі запити, у тому числі і специфічні, інженерів з технічного обслуговування.

В Україні в якості ключових ІТ-рішень для транспортної галузі використовуються західні автоматизовані системи і їх досвід впровадження. Але, як вважають експерти, через низку обставин не усі

ці продукти змогли знайти адекватне застосування в українському транспортному середовищі.

На даний час інформаційні технології управління автомобільним бізнесом представлені такими вендорами, як: Microsoft, SAP, Oracle, 1C, Autosoft, Галактика, Парус і т.д. Вибір розробок в основному диктується тим рядом завдань, які необхідно вирішити замовникові, а також масштабом проекту і спектром вирішуваних проблем. На рис. 1 представлено поширення програмного забезпечення (ПЗ) на підприємствах автомобільної галузі України.

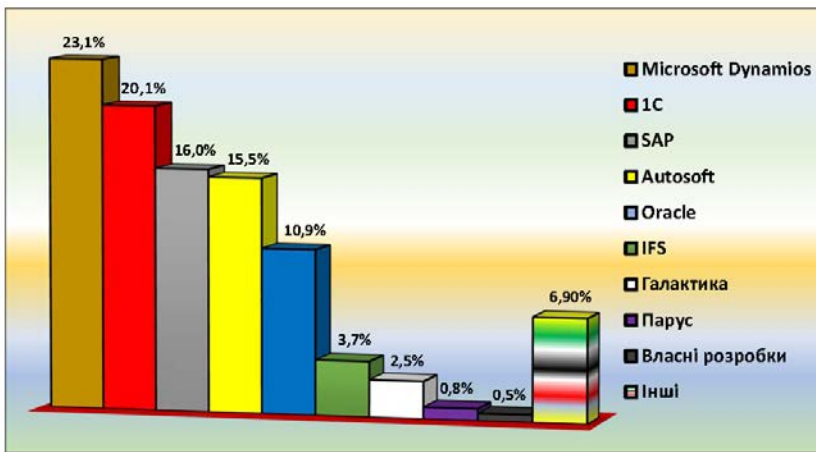


Рис. 1. Програмне забезпечення на підприємствах автомобільної галузі України

Джерело: складено автором на основі аналізу інтернет-джерел

Рішення українських розробників ПО, призначені для автоматизації деяких завдань, що стоять перед підприємствами автомобільного транспорту, не завжди адекватні запитам замовників – фахівців автомобільної галузі. Часто їм доводиться допрацьовувати деякі системи силами власних розробників ІТ-відділу, зважаючи на первинну відсутність необхідного функціонала. З іншого боку, деякі рішення мають надмірну складність або відсутність зручного інтерфейсу. Основним недоліком існуючих рішення для підприємств автомобільної галузі є «клаптева» автоматизація і слабка інтегрованість систем, як вважають фахівці корпорації SAP.

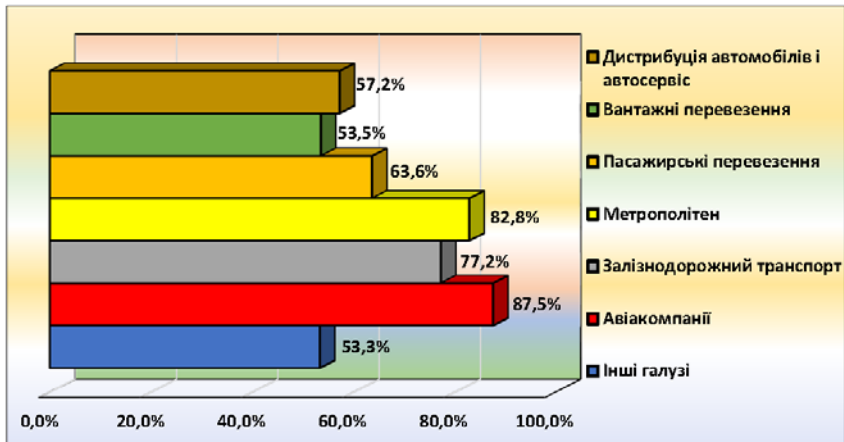


Рис. 2. Степінь автоматизації процесів в сфері транспорту України

Джерело: складено автором на основі аналізу інтернет-джерел

Як показано на рис. 2, найбільшу міру забезпечення інформаційними технологіями мають авіакомпанії, що обумовлено високою мірою використання математичних методів і принципів логістики при плануванні і управлінні перевезеннями. Згідно даних дослідження Pierre Audoin Consulting (PAC), з точки зору процесів сучасна логістика на 90% складається з інформаційних технологій, і лише решту 10% складає безпосередньо перевезення вантажів. Без інформаційних технологій сучасна галузь вантажних перевезень функціонуватиме неефективно – ІТ використовуються в усіх сферах і на усіх етапах організації перевезень [3].

Як видно з наведеної вище діаграми, процеси у галузі дистрибуції автомобілів і автосервісу автоматизовані усього на 57,2%, при цьому практично усі присутні на ринку рішення ставлять в основу обліку грошовий вимір ефективності послуг і зводять усі критерії робіт з обслуговування автомобільної техніки до фінансових показників, не дозволяючи здійснювати реєстрацію об'єктивних параметрів роботи автотранспортних засобів, необхідних для контролю транспортних послуг, оцінки технічного стану автомобільного парку, а також обліку зносу вузол і агрегат.

Актуальним завданням для сучасного дилерсько-сервісного центру є організація оперативного реагування на зростаючий потік заявок, тобто діяльність такого підприємства необхідно здійснювати на основі довгострокового планування і прогнозування, що базується на

результатах аналізу внутрішніх процесів, а також маркетингового аналізу конкурентного оточення.

Оскільки завдання, що вирішуються кожним структурним підрозділом дилерсько-сервісного центру, спрямовані на досягнення як єдиної мети, так і власних локальних цілей, а зв'язки між підрозділами (підсистемами) є як матеріальними, так і інформаційними, то дані (як вихідні, так і отримувані в процесі аналізу) повинні зберігатися в єдиній базі даних, яка і складає основу інтегрованої (що складається із різномірних програмних застосувань) інформаційної системи.

Проблеми формування єдиного інформаційного простору ДСЦ обумовлені тим, що існуючі розробки спрямовані або на рішення завдань оптимізації документообігу, наприклад такі системи, як DIRECTUM, ЛЕТОГРАФ (Кудряшова Н. [4]), або вирішують завдання обліку і аналізу процесів і завдань конкретних підрозділів підприємства, наприклад, як розробки розглянутих раніше вендорів AutoSoft, ІС (Альфа-авто, ІС:Автосервіс, ІС:Автозапчастин). Хоча більшість фірм-розробників передбачають можливість експорту інформації в зовнішні програми і імпорту даних у свою розробку, але при розробці програмного забезпечення неможливо врахувати особливості підприємства, стратегію його розвитку, тоді як цілісність інформаційної системи забезпечується саме обліком при її розробці стратегічного рішення про розвиток підприємства.

Принципові відмінності в моделі інформаційної системи будуть обумовлені особливостями підприємства автосервісу, серед яких можна виділити такі фактори як характеристики автосалону (монобрендовий або мультибрендовий, марки і моделі автомобілів, співвідношення обсягів продажів до обсягів послуг, що надаються, і реалізацію запасних частин), характеристики сервісної зони (кількість постів і їх спеціалізація), характеристики складу (співвідношення обсягів запасних частин і витратних матеріалів для потреб сервісної зони до обсягів реалізації запасних частин через магазин), що показано у М. Решітника і М. Шумаєва [5].

Формуванню єдиної інформаційної системи, як правило, перешкоджають нерозвиненість інформаційно-комунікаційних засобів і розпорошеність комерційних інформаційних ресурсів.

Ще однією з проблем, що перешкоджають створенню інтегрованої інформаційної системи, є неформалізованість наявної інформації. Для того, щоб вирішувати не лише облікові, але і аналітичні завдання, необхідно, щоб дані, що фіксуються на кожній ділянці, були єдиним чином організовані. Це сприяє не лише спрощенню введення інформації, але і забезпечує можливість подальшого її аналізу.

Список використаних джерел:

1. Емелин В.А. Информационные технологии в контексте постмодернистской философии : дис. ... канд. фил. наук. Москва : МГУ, 1999. 178 с.
2. Чесноков А.Г. Системная организация информационных технологий и их влияние на развитие и повышение эффективности субъектов экономической деятельности : дис. ... д-ра экон. наук. Москва : ТПП РФ, 1998. 216 с.
3. Карачаровский В. Сухопутный транспорт первым войдёт в эру ИТ. URL: <https://www.cnews.ru/reviews/free/transport2006/articles/land/> (дата звернення: 28.10.2021).
4. Кудряшова Н. Системы электронного документооборота на транспортных предприятиях. URL: <https://www.cnews.ru/reviews/free/transport2006/articles/sedontransport.shtml> (дата звернення: 28.10.2021).
5. Решетник М., Шумаев В. Информационная система предприятия: логистические принципы построения. *Конъюнктура товарных рынков*. Москва. 2005. С. 34–38.