

**ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ УЧЕТА И АНАЛИЗА
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОТРУДНИКОВ ОТДЕЛА СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ
КОМПАНИИ GOODLINE В Г.ЮРГЕ**

Р.Р. Чикуров, студент группы 3-17В70,

научный руководитель: Телипенко Е.В., доцент, к.т.н.,

Юргинский технологический институт (филиал) Национального исследовательского

Томского политехнического университета

652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26,

E-mail: r.chikurov@gmail.com

Аннотация. в статье рассматривается предметная область учета и анализа деятельности сотрудников отдела сервисного обслуживания компании Goodline в г.Юрге ; выделены бизнес-процессы – функции будущей информационной системы; построена модель бизнес-процессов «как должно быть».

Abstract. the article deals with the subject area of accounting and analysis of the activities of employees of the Goodline service department in Yurga; highlighted business processes - the functions of the future information system; a model of business processes "as it should be" is built.

Ключевые слова: абонент, тарифный план, заявка, слот, график работ, информационная система.

Key words: subscriber, tariff plan, application, slot, work schedule, information system.

Отдел сервисного обслуживания является одной из части компании - поставщика услуг кабельного интернета, кабельного телевидения ИП-телефонии и видеоконтроля в регионе. Сотрудники отдела занимаются обслуживанием абонентов компании.

Задачи, решаемые отделом: подключение и обслуживание абонентов компании. Устранение аварийных ситуаций, модернизацией сети интернет и кабельного телевидения.

Схема документооборота представлена на рисунке 1. Абонентом компании может стать любое физическое лицо, достигшее возраста 18 лет. Для подключения к сети компании абоненту необходимо обратиться в офис компании или позвонить по телефону. Заявление на подключение принимает специалист центра обслуживания абонентов. Специалист находится в офисе компании и помогает абонентам с выбором условий для подключения к сети компании. Специалист центра обслуживания абонентов передает заявку на подключение абонента ведущему инженеру связи. Ведущий инженер связи распределяет задания на выполнение работ и проверяет отчеты о выполненной работе. Инженер связи занимается подключением новых абонентов к сети компании, подписывает с абонентом договор на оказание услуг связи и акт выполненных работ. В конце рабочего дня инженер связи предоставляет отчет о выполненной работе ведущему инженеру связи.

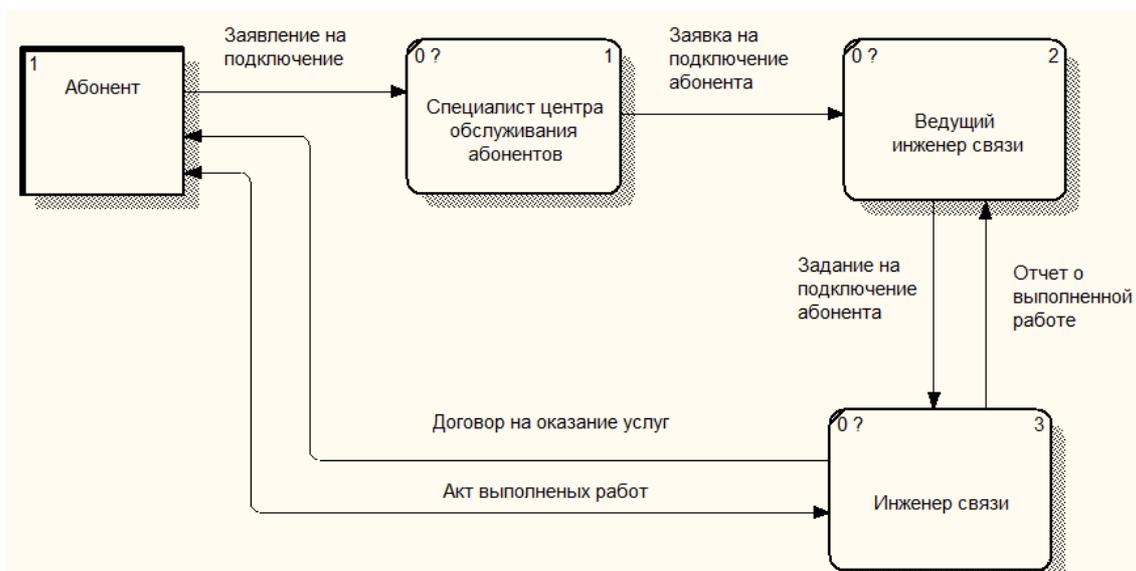


Рис. 1. Схема документооборота

Для оптимизации бизнес-процессов необходимо внедрить информационную систему, автоматизирующую деятельность отдела по следующим направлениям:

- Учет заявок.
- Распределение заявок
- Анализ деятельности сотрудников.

На рисунке 2 представлена функциональная диаграмма будущей информационной системы.

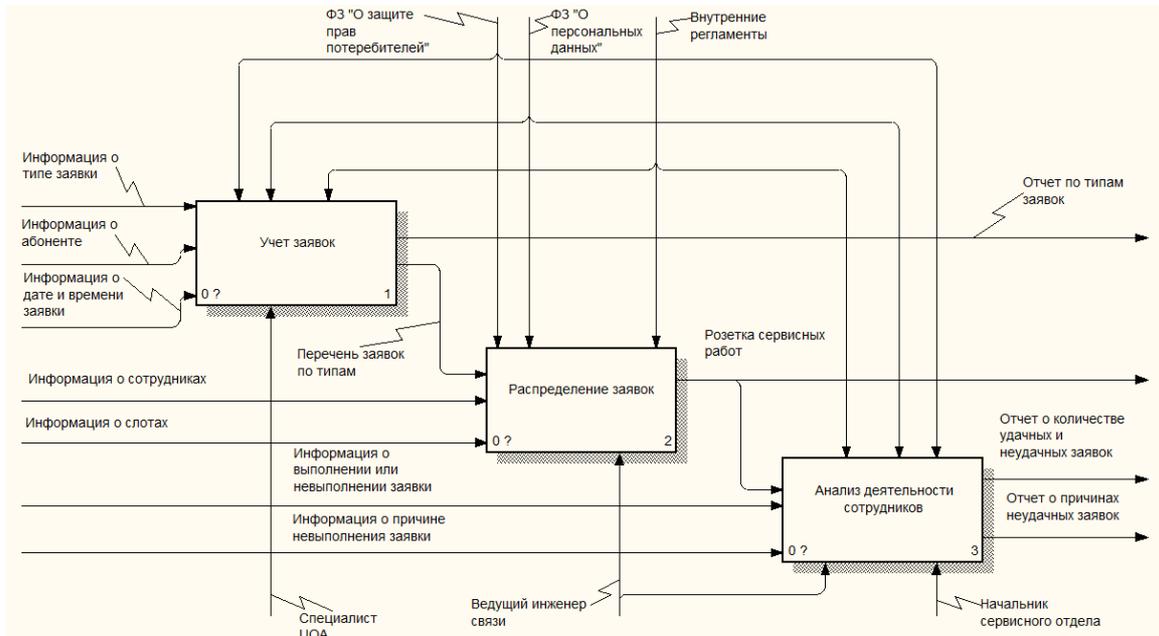


Рис. 2. Функциональная диаграмма

Функция «Учет заявок» обеспечивает учет абонентов, учет поступивших заявок, распределение заявок по типам. Функция «Распределение заявок» обеспечивает учет сотрудников, учет свободных слотов, формирование розетки сервисных работ. Функция «Анализ деятельности сотрудников» обеспечивает сравнение плана и факта работ, анализ причин невыполненных работ.

Построена даталогическая модель будущей информационной системы (рисунок 3).

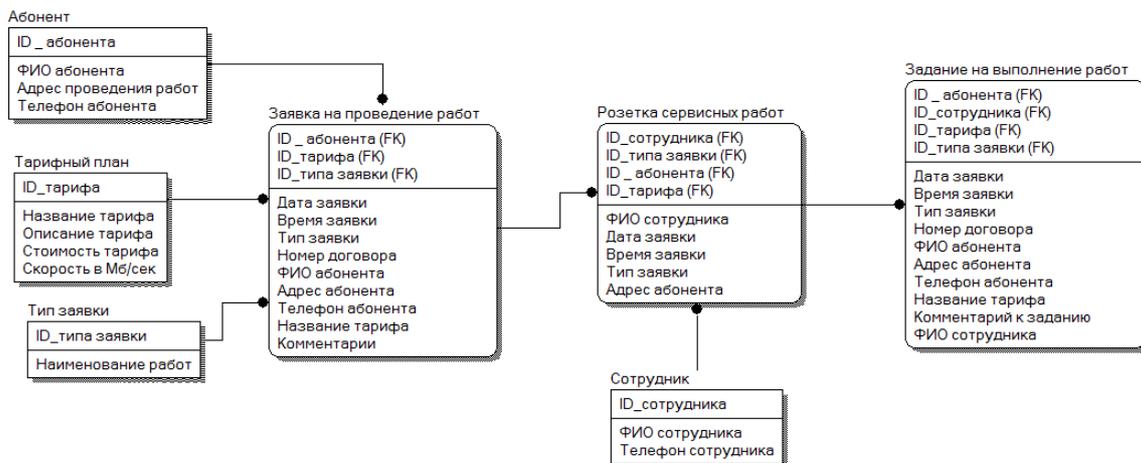


Рис. 3. Даталогическая модель

В дальнейшем она будет реализована в «1С: Предприятие 8.3». В конфигурации будет сформирован механизм отчетности, который позволит пользователю получать необходимые отчеты по запросу с возможностью сортировки и отбора данных.

Список используемых источников:

1. Окишева Т.Н., Горюшкин А.В., Кухаренко Р.С. Функциональное моделирование деятельности предприятия средствами BPWIN // Материалы докладов 42 научно-технической конференции преподавателей и студентов университета. Витебский государственный технологический университет. 2009. - С. 29-30.
2. Похилько А.Ф., Горбачев И.В. CASE – технология моделирования процессов с использованием средств BPWIN и ERWIN – Ульяновск: Изд. УлГТУ, 2008. 7 с.
3. Информация о деятельности компании Goodline в г.Юрге [Электронный ресурс] URL: <https://yurga.goodline.info/> (дата обращения 25.02.2022г.)

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЦВЕТОЧНЫХ МАГАЗИНОВ

С.В. Шарифулин, И.А. Кабанов, В.И Павлов., студенты группы ПИ 20-03.

научный руководитель: Глухих Д.И., ассистент

Институт математики и компьютерных наук, Тюменский государственный университет

625003, г. Тюмень, ул. Володарского 6

Email – stud0000253255@study.utmn.ru

Аннотация. в статье рассматривается разработка концепта платформы-сервиса для объединения цветочных магазинов и использование сервиса в качестве посредника между цветочными магазинами и потребителями.

Abstract. the article discusses the development of the concept of a platform-service for combining flower shops and the use of the service as an intermediary between flower shops and consumers.

Ключевые слова: цветы, маркет-плейс, стейкхолдер, сервис, цифровизация.

Key words: flowers, market place, stakeholder, service, digitalization.

Введение

Цветочные магазины имеют достаточно высокую рентабельность бизнеса. Если рассматривать цветочную франшизу, то первоначальный капитал будет составлять около 370 тыс. руб., последующие же зарплаты на месяц для сотрудников составляют около 100 тысяч рублей. Для отдельно взятого города среднемесячный доход будет рассчитываться в зависимости от населения города, допустим оно у нас равно 500 тысяч человек, тогда доход будет равен 500 тыс. - 700 тыс. при наличии 100 торговых точек у конкурентов[1].

Возникает проблема отсутствия возможности сравнения, оценки, покупки и доставки цветов и букетов из разных магазинов для увеличения рентабельности бизнеса.

Существующие сервисы не полностью решают данную проблему. В качестве примера рассмотрим одни из крупных цветочных магазинов: «Аллея цветов»[2], «Яндекс.Маркет»[3], «FloraHimki»[4]. У магазина «Аллея цветов» отсутствует возможность формирования букетов и данный сервер работает только в одном городе. «Яндекс.Маркет» не показывает поставщиков своих цветов, а также имеет долгую доставку так, как у него отсутствуют локальные поставщики. «FloraHimki» работают только в рамках одного района и имеет проблемы вышеперечисленных сервисов.

Цель работы – разработка концепта платформы-сервиса для объединения цветочных магазинов и использование сервиса в качестве посредника между цветочными магазинами и потребителями.

Постановка задачи

Задача - разработать маркетплейс для цветочных магазинов конкретной страны на основе общедоступных сервисов и приложений для бизнеса.

Рассмотрим роль каждого стейкхолдера в нашей будущей архитектуре. Для владельца маркета в приоритете является увеличить количество партнеров, именуемых продавцами, этому мешает - рекламная компания маркетплейса. Для решения этой проблемы предлагается заключить договор о пиаре со СМИ или другими иными сервисами, занимающимися этой деятельностью. Следующим стейкхолдером в данной архитектуре будет владелец цветочного магазина, для него важным показателем является рост прибыли его бизнеса, но этому мешает малый охват целевой аудитории. Данную