

РАЗРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ПРОДАЖ КОМПЬЮТЕРНОЙ ФИРМЫ

Современная рыночная система требует новых инновационных подходов не только к процессу создания продукта и самому продукту, но и способам доведения товара или услуги до конечного потребителя.

На сегодняшний день наиболее распространенными для моделирования информационных систем являются реляционные модели [1]. На рисунке 1 представлена реляционная модель информационной системы учета продаж компьютерной фирмы.

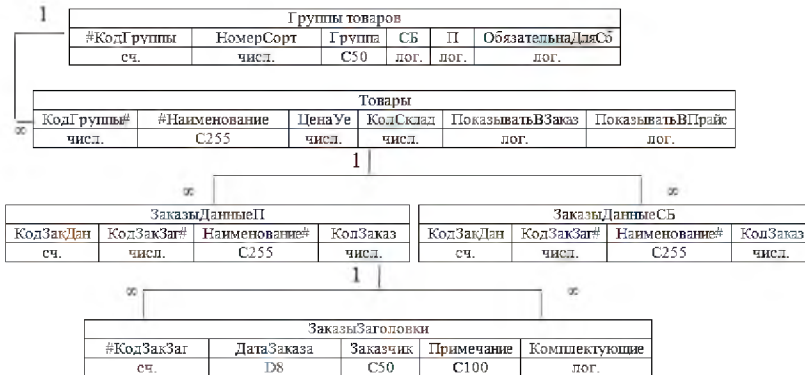


Рис. 1. Реляционная модель данных

Структурная часть модели определяет, что единственной структурой данных является нормализованное n-арное отношение. Отношения удобно представлять в форме таблиц, где каждая строка есть кортеж, а каждый столбец – атрибут, определенный на некотором домене. Данный неформальный подход к понятию отношения дает более привычную для разработчиков и пользователей форму представления, где реляционная база данных представляет собой конечный набор таблиц [2].

Манипуляционная часть модели определяет два фундаментальных механизма манипулирования данными – реляционная алгебра и реляционное исчисление. Основной функцией манипуляционной части реляционной модели является

обеспечение меры реляционности любого конкретного языка реляционных баз данных (БД): язык называется реляционным, если он обладает не меньшей выразительностью и мощностью, чем реляционная алгебра или реляционное исчисление.

Целостная часть модели определяет требования целостности сущностей и целостности ссылок.

Функциональные зависимости представлены на рис. 2. Данная схема не является нормализованной, так как некоторые неключевые поля функционально зависят от других полей. В ходе нормализации добавляются дополнительные (вторичные) ключи, которые обеспечивают целостность данных и позволяют избежать аномалий, возникающих при работе с 1 и 2 нормальными формами.

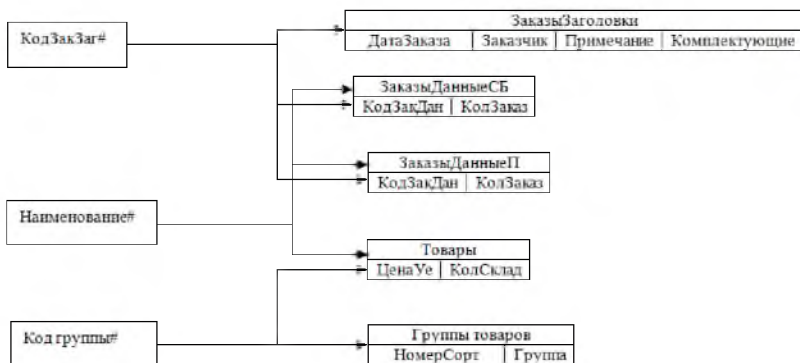


Рис. 2. Функциональные зависимости

Информационная система (ИС) учета продаж предлагается в виде системы управления базами данных (СУБД), которая реализована в виде 8 таблиц. Следует отметить, что когда БД включает несколько таблиц, упрощается ввод данных в таблицы, снижается вероятность ошибок, а работа в такой системе становится более эффективной.

Разрабатываемая информационная система должна обеспечивать пользователей удобным интерфейсом, давать возможности формировать отчеты, осуществлять запросы и другие действия.

Схема информационной системы «Магазин «Принт-Сервис» в разрезе распределения прав доступа представлена на рис. 3.

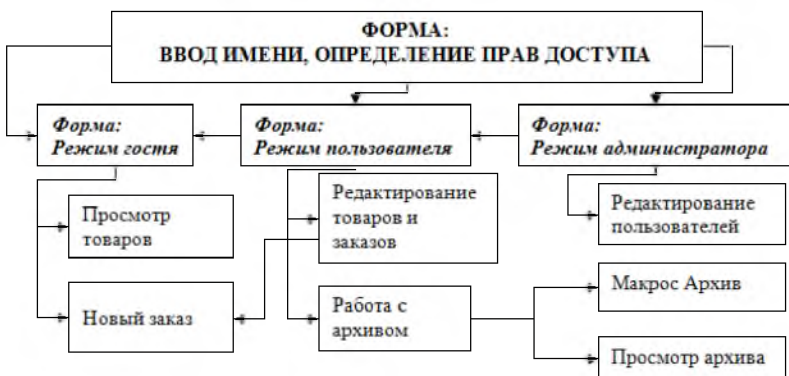


Рис. 3. Схема функционирования ИС «Магазин «Принт-Сервис»

Для работы в предложенной информационно-аналитической системе учета товаров необходимо разработать ряд запросов и отчетов, которые позволят автоматизировать и упростить работу различных групп пользователей.

Так все запросы, реализованные на языке реляционной алгебры, представлены на рис. 4.

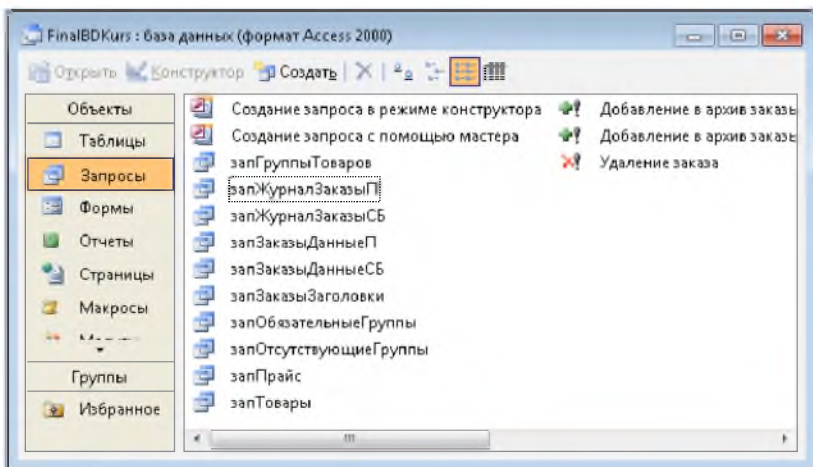


Рис. 4. Запросы, реализованные в ИС «Учет продаж компьютерной фирмы»

Однако наличие информационной системы не может решить главную проблему любой торговой организации, а именно формирование такой модели продаж, которая ориентирована на

потребителя. Поэтому, необходимо подходить к учету продаж комплексно.

Рынок информационных технологий, включая сегмент компьютерной техники, существенно пострадал от кризиса, столкнувшись с множеством проблем с закупкой и импортом комплектующих в страны бывшего СССР. Многим мелким компаниям пришлось покинуть рынок. Но именно нестабильная ситуация на внешних рынках подтолкнула компании к поиску альтернативных технологических решений. Процесс реструктуризации и переоценки приоритетов, выявление сильных и слабых сторон стали главными целями предприятий, которые пытаются адаптироваться к современным условиям хозяйствования.

Список использованных источников

1. *Боровиков, В. В.* «Microsoft Access 2002. Разработка баз данных и приложений» / В. В. Бобриков. – К.: Изд. группа СОЛОН-Р, 2002. – 560 с.

2. Информационные технологии в торговле 2008 [Электронный ресурс]. – CNews/Аналитика. – Режим доступа: <http://www.cnews.ru/reviews/free/trade2008/#7>.

Н. А. Теплякова

Республика Беларусь, Бобруйск

СНИЖЕНИЕ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКЦИИ – ГЛАВНЫЙ ФАКТОР ЕЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Президентом Республики Беларусь поставлены перед Правительством республики две основные задачи: увеличение экспорта выпускаемой продукции и снижение ее себестоимости, как основного фактора повышения конкурентоспособности продукции на мировых рынках.

Себестоимость продукции является важным экономическим показателем, характеризующим эффективность использования материальных, трудовых и денежных ресурсов и определяющим размер прибыли и уровень рентабельности предприятия.

Основными показателями себестоимости продукции являются: себестоимость единицы продукции (работ, услуг); себестоимость товарной, реализованной продукции; себестоимость срав-

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

188 БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.°.

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by> elib@bseu.by