

Capitolul 13 – IMPLEMENTAREA TEHNOLOGIILOR INFORMAȚIILOR ÎN MANAGEMENT

Chapter 13 – IMPLEMENTATION OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN MANAGEMENT

Mircea GUTIUM¹

Abstract

Management is an integral part of the development of both public and private companies. For the evolution of management to be continuous, it is necessary to implement new technologies and concepts. Today's technologies are digitization, which allows the rapid collection and processing of data, and remote communication with the necessary people. The faster the manager receives the information and the faster the hierarchically superior orders are transmitted through the communication channels, the faster the necessary decisions are made and the critical actions are carried out.

Keywords: digitalization, management, marketing, custom service

JEL: M15, M31

Introducere

Comaniile cu scop lucrativ utilizează la maxim tehnologiile informaționale pentru a-și solidifica poziția pe piață, managementul lanțului de aprovizionare, îmbunătățirea capacităților de comunicare în interiorul întreprinderii, are un impact semnificativ asupra funcționării afacerilor contemporane. Tehnologia informației oferă un flux rapid de informații și permite o gamă nelimitată de instrumente licențiate. Entitățile pot reacționa mai rapid la schimbările din mediu și pot reduce astfel costurile finale a unui produs sau serviciu.

În lucrarea dată, va fi analizat efectul tehnologiilor informaționale asupra managementului organizației. Managerii companiilor au dezvoltat aplicații noi ce au modificat esențial modul în care angajații lucrează și comunică între ei, modul în care are loc interacțiunea cu clienții și furnizorii și chiar modul în care sunt organizate companiile. Obiectivul unui sistem informațional lucrativ constă în furnizarea informațiilor ce ajută la luarea deciziilor.

Tehnologia informației și comunicației se referă la toate formele de tehnologie ce sunt aplicabile proceselor de stocare, analiză și transmiterea informațiilor în formă electronică. Echipamentul fizic utilizat în acest scop includ computerele, rețelele, echipamentele de birou, și sistemele portative de schimb de date ca (smartphone, flash). Sistemele electronice execută procese algoritmice care prelucrează și/sau transmit informații (Gutium M., 2022).

Informația ca o entitate tangibilă și virtuală servește la reducerea incertitudinii cu privire la o stare sau un eveniment. Datele pot proveni din sursele interne ale companiei și din sursele externe precum ar fi furnizorii, instituțiile publice, partenerii sau clienții. Datele pot proveni și din bazele de date externe precum ar fi achiziționarea a o mare cantitate de date legate de marketing de la companiile specializate, pentru a avea o viziune mai clară asupra la firmele concurente. Firmele de brokeraj oferă clienților o varietate de cercetări cu privire la situația financiară din diferite companii. Un sistem informațional prelucrează de obicei aceste date într-un fel organizat și prezintă rezultatele utilizatorului final. Odată cu răspândirea computerelor personale, utilizatorii adesea se ocupă personal cu procesarea rezultatelor unei baze de date. Interpretarea umană a informațiilor este extrem de importantă pentru a înțelege modul în care o organizație reacționează la evenimentele petrecute. Rezultate diferite poate însemna lucruri diferite pentru doi manageri.

¹ Cercetător științific Academia de Studii Economice din Moldova, Institutul Național de Cercetări Economice, Chișinău, Republica Moldova, gutium.mircea@rambler.ru

Un manager de marketing poate folosi programele statistice și graficele pentru a viziona tendințele legate de piața și prognozarea vânzărilor. Un manager financiar poate observa o problemă cu fluxul de numerar având în vedere aceleași date legate de vânzări.

Materiale și metode de cercetare

În cadrul procesului de cercetare fuseseră utilizate numeroase metode de cercetare și metode analitice, inclusiv compararea, evaluarea experților, metoda inductivă și metoda deductivă. etc. Fuseseră studiate diferite lucrări din domeniul managementului și celor consacrate tehnologiilor informaționale.

Revizuirea literaturii de specialitate

Există multe studii cu privire la influența tehnologiilor informaționale asupra managementului, obiectul de cercetare al cărora este impactul tehnologiilor digitale asupra acțiunilor managerului companiei. Henry C. și Lucas, Jr. explică în mod detaliat influența digitalizării asupra managementului corporativ și importanța lui asupra puterii concurențiale a companiei (Henry C. Lucas, Jr., 2009). Luis Ochoa Siguencia menționează stadiul tot mai mare al cercetărilor privind noile tehnologii utilizate în domeniul managementului, selectează, colectează și explică termenii folosiți în managementul afacerilor, apoi discută în detaliu toate aspectele managementului, în care este folosit internetul (Luis Ochoa Siguencia, 2018).

Digitalizarea și managementul

Multe sisteme sunt utilizate în mod obișnuit în scopuri de control în cadrul organizației și sunt vizionate de un număr limitat de utilizatori. Aplicația conturi de încasat în general funcționează cu puțină supraveghere a managementului superior. Este o aplicație foarte structurată cu reguli care pot fi respectate de un personal de birou. Sistemul în sine ar putea implementa o strategie corporativă, de exemplu ca un instrument de optimizarea a procesului de comandă a clientului. Un sistem ar putea ajuta managerii să ia decizii bazate pe un eșantion vast de date. Cu toate acestea, tehnologia de comunicații se extinde cu mult dincolo de capacitățile de calcul ale sistemelor de procesare a datelor. Astăzi computerele sunt utilizate pe scară largă pentru comunicații, precum și pentru rolurile lor tradiționale de stocare și calcul de date. O mulțime de calculatoare sunt conectate între ele folosind un număr mare de linii de comunicații pentru a forma rețele interne, sau așa numitul intranet (Luis Ochoa Siguencia, 2016). Există mai mult de 43 de milioane de computere gazdă, de exemplu, pe Internet și peste 100 de milioane de computere accesează în mod regulat rețeaua globală, se estimează că 70 de milioane sunt dislocate în S. U. A. Datorită rețelei globale, persoanele fizice și organizațiile sunt legate între ele, iar aceste legături schimbă modul în care are loc managementul afacerilor. Granițele dintre firme se sparg de la legătura de comunicații electronice furnizată de rețele. Firmele vor să ofere acces direct la gama lor de produse și servicii furnizorilor și clienților săi. Dacă prima eră a calculului a fost preocupată de calcul al datelor, a doua eră este despre comunicare electronică.

Infrastructura tehnologică a companiei include rețele de calculatoare. Calculatoarele persoanelor fizice se conectează printr-o rețea la computere mai mari care acționează ca servere. Organizația are un intranet intern, iar computerele interne ale clienților sunt conectate la internet, astfel încât membrii firmei să se poată conecta cu clienții, furnizorii, instituțiile de stat și alte organizații cu care este necesară interacțiunea companiei pentru o activitate prosperă. Ei pot

accesa, de asemenea, depozitul imens de informații ce se află pe Internet și la bazele de date ale companiei. Firmele bazate pe tehnologie oferă servicii și produse extrem de automatizate ce sunt destinate managementului informațiilor pentru a minimiza utilizarea suporturilor fizice și pentru a se baza în mare măsură pe suporturi virtuale. Tehnologia este folosită pentru a oferi lucrătorilor locuri de muncă cât mai productive pentru companie. La birou, companiile vor converti operațiunile liniei de asamblare pentru procesarea documentelor la o serie de sarcini pe care un individ sau un grup mic poate funcționa de la o stație de lucru. Firma adoptă și folosește, de asemenea, agenți electronici, sisteme licențiate de software, pentru a efectua o varietate de sarcini prin intermediul noilor tehnologii. Aceste organizații folosesc instrumentele IT pentru a forma sarcini temporare cu forțe concentrate pe un anumit proiect. Tehnologia precum e-mailul și programul de grup facilitează munca acestor grupuri operative. Aceste grupuri de lucru temporare pot include atât angajați cât și persoane terțe, furnizorii, parteneri, ce creează o echipă ce poate activa în timp real și cu o productivitate maximă.

Managerii sunt implicați într-o gamă largă de decizii legate de tehnologii, decizii care sunt esențiale pentru succesul organizației. Aproximativ 45 până la 50 la sută din investițiile de capital din S.U.A. sunt pentru sectorul IT.

Digitalizarea în managementul serviciului de marketing

Strategiile de marketing sunt incluse și în strategiile de management, scopul cărora este acela de a obține noi clienți sau de a construi o imagine pozitivă pe piață pentru companie ori produsul ei. În secolul XXI, marketingul nu se poate lipsi de noile realizări a sectorului IT. De mulți ani, companiile folosesc mass-media precum presa, radioul, televiziunea sau internetul în scopuri promoționale. Datorită propriului site web, compania poate nu numai să își promoveze propriul serviciu sau produs, ci și să examineze interesul clienților pentru serviciile și bunurile similare ale concurenților. Un avantaj suplimentar al digitalizării pentru firme reprezintă vânzările online, ceea ce permite companiei să ofere mărfurile sale unui grup mai mare de clienți. Desigur, o bună publicitate este un element important al marketingului. Internetul a fost un loc eficient pentru plasarea publicității sale. Datorită soluțiilor tehnologice avansate, antreprenorii pot realiza campanii de publicitate eficiente în domeniul virtual. Foarte populară în ultimii ani a devenit utilizarea portalurilor de marketing și a rețelelor sociale precum Facebook și Instagram. Multe companii cooperează sau angajează specialiști în industria IT care se ocupă de resursele digitale. Acest lucru implică costuri suplimentare, care însă se rambursează în scurt timp. Construirea unei imagini de brand sau companie este un element foarte important al strategiei de marketing – iar în secolul XXI, este asociată automat sectorul IT. Doar ele dau cu adevărat rezultatele calitative. Pentru o activitate comercială de succes este necesară o bază de date despre nevoile și dorințele clienților. Există tot mai multe portaluri Web unde consumatorii evaluează companiile și produsele. Un număr tot mai mare de clienți folosesc aceste instrumente înainte de a efectua o acțiune comercială sau înainte de a alege un furnizor de servicii.

Digitalizarea în managementul Serviciului Vamal

Firmele ce interacționează cu Serviciul Vamal au trei opțiuni majore pentru gestionarea operațiunilor comerciale internaționale – dezvoltarea de sisteme la sediu, externalizarea către brokerii sau agenți vamali sau un sistem de contabilitate vamală bazat pe SaaS (Software as a Service).

Activitățile autorităților vamale sunt destul de extinse. Acestea sunt asociate cu implementarea funcțiilor convenționale pentru asigurarea activității economice străine și furnizarea de funcții de „servicii”. În condițiile actuale, caracterizate prin trecerea de la administrarea vamală rigidă la serviciile vamale flexibile, activitățile autorităților vamale ar trebui să se bazeze pe utilizarea în practica de zi cu zi a instrumentelor ce îmbunătățesc calitatea serviciilor prestate, precum și pe implementarea de noi tehnologiile informației și comunicațiilor care vizează reducerea costurilor de tranzacție (Rozhkov Y., Korol A., 2018). Astăzi, sistemul vamal mondial se dezvoltă ca un sistem de servicii vamale, al cărui scop este asistența eficientă a participanților la comerțul exterior, implicând, în primul rând, accelerarea și simplificarea procedurilor vamale împreună cu asigurarea implementării efective a sarcinilor de aplicare a legii. Politica vamală este parte integrantă a politicii economice naționale. Un argument amplu pentru această afirmație este politica economică în curs, care a fost implementată de EAEU și Statele Unite în timpul crizei din 2014-2015, precum și încă implementată în timpul confruntării sancțiunilor aplicate asupra Rusiei din 2014 până în prezent. Locul și rolurile lor sunt predeterminate în mod obiectiv de poziția inegală în sistemul de redistribuire a produsului de valoare mondial și național, datorită dominației instituțiilor de stat a autorităților vamale, precum și a sistemului de interese conflictuale ale tuturor participanților la acest proces de redistribuire. În limitele întregului contradictoriu format, fiecare țară nu se mai poate mulțumi cu un set de reguli și norme prestabilite, dacă alte țări, fiind membre ale altor uniuni economice (Antonov M., 2017). Schimbarea de paradigmă în organizarea serviciului vamal a vizat implementarea tarifului vamal unic și a reglementării netarifare, formarea unui nou spațiu vamal al uniunii, eliminarea treptată a măsurilor restrictive existente.

Comerțul internațional a evoluat continuu în ultimii ani și a devenit mult mai simplu acum decât a fost cu ani în urmă din cauza reducerii barierelor comerciale, simplificării regulilor și introducerii de noi instrumente IT (Chang-Ryung H., Ireland R., 2013) Cu toate acestea, unele companii consideră că gestionarea procesului de comerț internațional este o provocare din cauza inițiativelor și regulilor de îmbunătățire continuă din diferite țări. Selectarea celui mai eficient furnizor de servicii poate îmbunătăți considerabil rentabilitatea investiției în Serviciile de Management Vamal, deoarece va duce la o eficiență administrativă mai mare și va reduce costurile de transport, manipulare, depozitare și calitățile tehnice a personalului (Filimontseva E., 2017).

Concluzii

Digitalizarea oferă instrumente noi pentru dezvoltarea durabilă a companiei, și în special pentru dezvoltarea eficientă a managementului ei. Acest proces presupune atât implementarea noilor sisteme de calcul cu un grad înalt al posibilităților de procesare cât și implementarea noilor sisteme virtuale și creșterea abilităților tehnice a personalului companiilor.

Optimizarea și transparența procedurilor vamale, extinderea practicii de informare și consiliere a participanților la comerțul exterior, dezvoltarea infrastructurii adecvate, precum și utilizarea tehnologiilor informaționale și de comunicații modern vor contribui la îmbunătățirea calității serviciilor vamale.

Bibliografie

- Antov, M. (2017). The role of information technologies in the development of customs control in the Republic of Bulgaria. *World Customs Journal*, 11(2), 101-113.
- Chang-Ryung, H., & Ireland, R. (2013). Informal funds transfer systems as a target of customs enforcement. *World Customs Journal*, 7(1), 3-11.
- Filimontseva, E. (2017). System approach as a basis for managing the activities of customs authorities. *State and municipal administration. Proceedings of the North Caucasus Academy of Public Administration*, 3, 69-73.
- Gutium, M. (2022). Oportunitățile erei informaționale și vama digitală. În *Dezvoltarea economico-socială durabilă a Euroregiunilor și a zonelor transfrontaliere, conferința internațională, a XVIII-a ediție* (Vol. XLII, pp. 213-218). Performantica.
- Lucas, H. C., Jr. (2009). *Information technology for management*. McGraw-Hill/Irwin.
- Ochoa Siguencia, L. (2018). *Contemporary information technologies in business management*. Instytut Badań Innowacji w Edukacji [INBIE].
- Ochoa Siguencia, L., Chandler, K., & Ochoa-Dąderska, R. (2016). *Business innovation management: The role of information and communication technology in tourism industry*.
- Rozhkov, Y.V., & Korol', A.N. (2018). Service customs: Formation and development based on discretionary approach. *Bulletin of the Pacific State University*, 1(48), 39-44.