

УДК 338.394

М.Н.Мирошникова

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИХ РАБОТЫ

ЗАО "Связной Логистика", г. Воронеж

Статья посвящена рассмотрению вопросов, связанных с использованием информационных технологий в организациях. Даются основные особенности управления процессами на предприятиях.

Ключевые слова: информационная технология, управление, маркетинг, проект.

В настоящее время работа у большинства российских организаций происходит при различных воздействиях со стороны внешней среды, заметного роста в объеме по информационным потокам и расширяющихся информационных связей. Это указывает на то, что возникают предпосылки к использованию информационных технологий [1-8].

Целью данной работы является анализ применения информационных технологий на предприятиях.

Если говорить о стратегической роли информационных технологий для современного общества, то они должны помогать менеджменту, в адекватном реагировании на меняющееся состояние рынка, формировать, поддерживать и проводить расширение конкурентного преимущества для того, чтобы проводить извлечение максимальной выгоды. Организация оказывается конкурентоспособной, если она проводит реализацию соответствующего многоуровневого потенциала, который позволяет реализовать возможности по формированию устойчивого рыночного преимущества. За счет достижения приоритетов по различным направлениям обеспечивается явное преимущество организации при осуществлении конкурентной борьбы.

На основе информационных технологий заметно изменяются бизнес-процессы, при работе фирм возникают новые возможности, при которых сохраняется конкурентоспособность у бизнеса, повышается операционная производительность [9-11].

Информационная технология заключается в процессах, которые используют множество средств и способов по сбору, накоплению, обработке и передаче данных при обеспечении получения информации, связанной с объектами, явлениями. Такие процессы достаточно подробно описаны с точки зрения обработки данных, которые хранятся на компьютерах. В качестве компонентов применяемых технологий при производстве продуктов можно назвать аппаратные и программные средства, а также математическое и информационное обеспечение.

Для того, чтобы управленческие решения были приняты с должным качеством важно, чтобы со стороны руководства была правильная организация информационных потоков [12-14].

При решении задач маркетинга, а также осуществлении принятия различных управленческих решений необходимо использовать информацию:

- касающуюся внешней маркетинговой сферы;
- связанной с внутренней маркетинговой сферой;
- при оценки способностей производственных мощностей.

При работе в рамках указанных процессов для руководителей организаций важно непрерывно осуществлять поиск и обработку требуемой информации. Проводится сбор и анализ информации на основе трех систем, которые дополняют друг друга, формирующих обработку маркетинговой информации.

К этим системам относится внутренняя отчетность, сбор внешней маркетинговой информации, проведение различных маркетинговых исследований [15-17].

Во внутренней отчетности обеспечивается оперативная и достоверная информация, связанная с состоянием дел в фирме, касающаяся показателей текущей деятельности. Уже к настоящему времени разработано большое число подходов, позволяющих проводить решение задач, связанных с внутренней отчетностью. В большинстве случаев, в таких системах в настоящее время применяют автоматизированные системы управления.

В связи с тем, что требуемая для маркетинговых оценок информация не всегда может быть учтена обычными способами, требуется разработка и внедрение соответствующих способов, позволяющих проводить учет, например, более детальной информации. Это может быть связано с более детальной информацией, или с более достоверной. Для каждого из таких случаев важно проводить дополнительные работы, связанные со сбором и анализом информации, представлением результатов анализа для лиц, которые осуществляют принятие решений. такие работы относятся к маркетинговым исследованиям.

В качестве основы для того, чтобы проводить маркетинговые исследования, направленные на увеличение эффективности функционирования организаций, можно назвать применение информационных технологий и различных специальных программных продуктов, для того, чтобы было возможно получение аналитических и прогнозных данных, связанных с состоянием продаж, ситуации на рынках сбыта др.

Осуществление различных маркетинговых исследований и проведение в их рамках анализа основывается на использовании разных экономико-математических методов.

Можно отметить среди них такие :

- многомерные методы, позволяющие проводить обоснование маркетинговых решений, базирующиеся на многочисленных взаимосвязанных переменных (экономических показателях);
- регрессионные и корреляционные методы, в рамках которых устанавливаются связи среди групп показателей, которые дают описание маркетинговых действий;
- имитационные методы, используемые в том случае, когда для переменных, влияющих на маркетинговую ситуацию, трудно использовать аналитические решения;
- методы статистической теории принятия решений, которые позволяют проводить учет изменений различных рыночных ситуаций [18-22].

В рамках систем анализа маркетинговой информации, на базе указанных подходов существуют возможности определения того, какое существует влияние основных факторов на параметры продажи, а также насколько эти параметры значимы. Проводятся оценки по сбыту при возможном росте цен.

Если проводить оценку большинства маркетинговых исследований, то в них уже заложена информационная составляющая. При своем прохождении мероприятия требуют того, чтобы были известны первоначальные знания об объектах исследования (например, рассмотрение особенностей конкурентного спроса). Далее при процессе реализации возникают совокупности новых данных, которые требуются для того, чтобы установить обратную связь с объектами, для того, чтобы была коррекция маркетинговых программ.

В качестве примера можно привести задачу, связанную с организацией продвижения товаров на новые рынки сбыта, для решения которой необходимо провести подробное изучение спроса для предлагаемого вида продукции, осуществить оценку покупательных способностей потребителей, сделать анализ деятельности на существующем рынке организаций конкурентов и др. Проведение продвижения товара на рынке идет вместе с непрерывным наблюдением за тем, какие объемы продаж продукции, учитывается структура и уровень издержек по продвижению реализации, осуществлением анализа по эффективности интересующих мероприятий, связанных с оценкой возможного риска.

Исходя из данных анализа при проведении сопоставлений по плановым параметрам и действительным состоянием объектов в маркетинговой среде происходит создание сигнальной информации. Когда будут установлены причины возникающих отклонений, для того, чтобы их устранить, происходит выполнение соответствующих мероприятий, которые отражаются в регулирующей информации. Следует сказать, что различные управляющие данные передают руководству организации, которое осуществляет требуемые меры.

Проведение сбора информации для системы, связанной с постоянным наблюдением и хранением маркетинговых данных имеет заметное место среди большинства маркетинговых операций, поскольку он определяется разными с точки зрения характера источниками информации. Перед тем, как начинать текущее наблюдение при работе по маркетинговой деятельности, важно провести обозначение цели исследования и определить круг вопросов, основываясь на которых будут накапливаться данные, другими словами, дается глубину изучения и вид информации, которая отображает состояние и развитие объектов, связанных с наблюдением.

Развитие стратегии информатизации исходит из разработки в соответствии с миссией и целями организации, которые указаны в основной стратегии фирмы.

В том случае, когда такой документ по информатизации разработали формально, тогда возникают риски того, что продвигаемые технические проекты будут слабо согласованы с перспективными целями развития компании, то есть с ними будут связаны интересы отдельных руководителей или сотрудников предприятия.

Развитие проекта в рамках информационно-коммуникационных технологий требуется обязательно сопровождать обучением работников в таких направлениях:

- проведение обучения специалистов, связанных с группой внедрения и поддержки;
- проведение обучения для конечных пользователей, которые будут работать с новой системой.

При осуществлении обучения требуется предварительно сделать обсуждение для целей и задач, связанных с проектом, а также тех положительных результатов, которые будут возникать после того, как он будет реализован, для того, чтобы продемонстрировать обучаемым в необходимость внедряемых изменений [23-28]. Проведение обучения специалистов, которые внедряют проект, формирует базу для того, чтобы эффективно и качественно выполнялись работы в рамках этого проекта. При внедрении систем управления на основе информационных технологий проведение обучения по использованию системы даст возможности

безболезненного перехода на новые технологии и сведения простоев, связанных с освоением системы, к минимальным величинам.

Хорошо продуманное обучение и проведение информирования персонала по проекту в рамках информационно-коммуникационных технологий ведут к сокращению влияния факторов сопротивления нововведениям во внутренней среде компании.

На основе стратегии информатизации определяются цели, задачи, а также работа фирмы в области использования информационно-коммуникационных технологий. В ней также есть перечень ключевых направлений и основных этапов по информатизации, временные рамки, критерии и другая необходимая информация по осуществлению их реализации.

В рамках информационных потоков предприятия, которые определены на основе анализа бизнес-процессов управления организации и определения критериев к функциональности системы управления, возникают возможности количественной оценки объема информации, которая циркулирует в системе. Далее определяются требования тому, какая производительность у оборудования (сетевое и пользовательское) и какая пропускная способность у сети.

Потом происходит уточнение требований, чтобы было соответствие для параметров производительности взятому программному обеспечению и соответствующим технологиям.

Вывод. В работе проведен анализ того, каким образом используются информационные технологии на предприятиях, в результате каких действий они дают возможности повышения их эффективности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Землянухина Н.С. О применении информационных технологий в менеджменте / Успехи современного естествознания. 2012. № 6. С. 106-107.

2. Олейник Д.Ю. Некоторые вопросы использования информационных технологий в туристической индустрии / Успехи современного естествознания. 2012. № 6. С. 110.

3. Преображенский Ю.П., Паневин Р.Ю. Формулировка и классификация задач оптимального управления производственными объектами / Вестник Воронежского государственного технического университета. 2010. Т. 6. № 5. С. 99-102.

4. Бородина Ю.В., Сергиенко К.Э. Коммуникационные процессы в организации / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2013. № 10. С. 282-287.

5.Корольков Р.В. Контроллинг в торговой организации / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2013. № 10. С. 287-290.

6.Филипова В.Н., Пивоварова Ю.А. О некоторых инновациях, используемых в туристическом бизнесе / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2013. № 10. С. 202-206.

7.Филипова В.Н., Тарасова Д.С., Олейник Д.Ю. Проблемы управления в туризме / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2013. № 10. С. 119-123.

8.Филипова В.Н. О применении информационных технологий в туристической сфере / Успехи современного естествознания. 2012. № 6. С. 112-113.

9.Сыщикова Д.С. О возможностях использования мультимедийной техники в образовательном процессе / Успехи современного естествознания. 2012. № 6. С. 111-112.

10.Сыщикова Д.С. Вопросы построения информационной системы для электронной коммерции / Успехи современного естествознания. 2012. № 6. С. 111а.

11.Львович И. Я., Преображенский А. П., Преображенский Ю. П. Банковские информационные системы и технологии / учебное пособие, Федеральное агентство по образованию, Воронежский ин-т высоких технологий, Российский новый ун-т (Воронежский фил.). Воронеж, Издательство Научная книга, 2006, 197 с.

12.Гуськова Л.Б. О построении автоматизированного рабочего места менеджера / Успехи современного естествознания. 2012. № 6. С. 106.

13.Петращук Г.И. Менеджмент в предоставлении телекоммуникационных услуг / Успехи современного естествознания. 2011. № 7. С. 175.

14.Петращук Г.И. Применение менеджмента в телекоммуникационных услугах / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2010. № 7. С. 228-230.

15.Преображенский Ю.П. Оценка эффективности применения системы интеллектуальной поддержки принятия решений / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2009. № 5. С. 116-119.

16. Филипова В.Н., Коренюгина А.А., Титова О.Э. Проблемы маркетинга в туристической деятельности / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2013. № 10. С. 206-208.

17.Верченко Г.И. Информационные технологии в управлении предприятием/ Вестник Воронежского института высоких технологий. 2013. № 10. С. 209-211.

18.Фомина Ю.А., Преображенский Ю.П. Принципы индексации информации в поисковых системах / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2010. № 7. С. 98-100.

19. Болучевская О.А. Управление стратегической разведкой/ Вестник Воронежского института высоких технологий. 2013. № 10. С. 261-266.

20. Ряжских А.М., Преображенский Ю.П. Построение стохастических моделей оптимизации бизнес-процессов / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2008. № 3. С. 079-081.

21. Кравцов Д.О., Преображенский Ю.П. Методика оптимального управления социально-экономической системой на основе механизмов адаптации / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2008. № 3. С. 133-134.

22. Лисицкий Д.С., Преображенский Ю.П. Построение имитационной модели социально-экономической системы / Вестник Воронежского института высоких технологий. 2008. № 3. С. 135-136.

23. Павлова М.Ю., Преображенский А.П. Проблемы адаптации специалистов / Современные исследования социальных проблем. 2012. № 4 (12). С. 70-73.

24. Преображенский А.П., Комков Д.В., Пекшев Г.А., Винюков М.С., Петрашук Г.И. Проблемы подготовки специалистов в современной высшей школе / Современные исследования социальных проблем. 2010. № 1. С. 66-67.

25. Жданова М.М., Преображенский А.П. Вопросы формирования профессионально важных качеств инженера / Вестник Таджикского технического университета. 2011. Т. 4. № -4. С. 122-124.

26. Львович И.Я., Кострова В.Н., Ларин В.И. Формирование содержания образовательного процесса с использованием информационных технологий / Успехи современного естествознания. 2005. № 1. С. 103-104.

27. Кострова В.Н. Создание наукоемких образовательных технологий на основе моделирования организационной системы высшего профессионального образования / Успехи современного естествознания. 2004. № 4. С. 87.

28. Козлова Н.А., Петрашук Г.И., Щепкина О.И., Филипова В.Н., Гончарова Н.П. Проблемы высшего образования в современных условиях / Современные исследования социальных проблем. 2011. Т. 6. № 2. С. 57-58.

M.N.Miroshnikova

THE USE OF INFORMATION TECHNOLOGIES FOR ENTERPRISE TO IMPROVE THEIR WORK

JSC «Svyaznoy logistics», Voronezh

The paper discusses the questions related to the use of information technologies in the organizations. The main features of process management in demonstrated.

Keywords: information technology, management, marketing, project.