

Автоматизированные информационные системы в управлении предприятием

*Дудецкий Иван Сергеевич, студент ФГОУ ВО
Курский государственный университет,
колледж коммерции, технологий и сервиса,
Россия, г. Курск*

*Ефимцева Ирина Борисовна,
Научный руководитель, канд. тех. наук,
преподаватель ФГОУ ВО
Курский государственный университет,
колледж коммерции, технологий и сервиса,
Россия, г. Курск*

Информационная система или ИС – это система обработки, хранения и передачи какой-либо информации, которая представлена в определенной форме.

В современной вычислительной технике ИС представляет собой целый программный комплекс, который дает возможность надежно хранить данные в памяти, выполнять преобразования информации и производить вычисления с помощью удобного и легкого для пользователя интерфейса.

Автоматизированную систему информации можно рассматривать с двух точек зрения:

1. Как сеть информационных служб (главный информационно-вычислительный центр, локальные вычислительные центры производств, цехов и других подразделений, автоматизированные рабочие места и другие составляющие) с размещенными в ней массивами хранения информации, документами, техническими средствами регистрации, хранения, передачи, обработки, представления информации, программным обеспечением, методическим обеспечением (инструкциями для пользователей, положениями о подразделениях) и другими видами обеспечения;

2. Как потоки различной информации, циркулирующие внутри организации, которые необходимо структурировать, отсортировать и оптимизировать.

Если говорить о системе информации, как о сети информационных служб, то при её формировании выделяют два основных этапа:

1. Формирование модели, отображающей возможные варианты прохождения информации

2. Оценка модели и выбор наилучшего варианта пути прохождения информации.

Если рассматривать систему информации, как сеть информационных потоков, её можно условно разделить на три основные части: финансовая информация, маркетинговая и внутренняя информация.

Для каждой составляющей допустимы различные типы построения, которые могут состыковываться друг с другом.

Для построения системы финансовой информации необходима следующая информация:

1. Финансовое положение предприятия на каждый день — информация, необходимая для управления: остаток средств на счетах, кредиторская и дебиторская задолженности, средства в товарных запасах, финансовые показатели — оборачиваемость капитала, ликвидности.

2. Для определения реальной эффективности деятельности подразделений - отнесение затрат по месту их возникновения. Величина распределенных затрат не сравнивается напрямую с прибыльностью подразделений, т.к. поступление средств идет в основном через службу сбыта, однако знание структуры затрат позволяет их оптимизировать. Иногда впервые выполняемая "привязка" дает неожиданную для руководства картину, обнаруживает положение дел, далекое от ожидаемого. Эффективность использования финансовой информации значительно повышается, если управление на ее основе распределено горизонтально, между основными подразделениями.

Информация об участниках рынка — поставщиках, покупателях и конкурентах — в том или ином объеме используется предприятием всегда. Даже при, отсутствии подразделения маркетинга, негативном отношении к маркетингу, предприятие так или иначе вынуждено собирать информацию для своего функционирования. Наиболее востребованной является информация о конкурентах и поставщиках: цены и условия поставки. Реже всего собирается и анализируется информация о покупателях.

Построение стратегий в большой степени основано на предпочтениях конечных потребителей, но тактические цели могут быть достигнуты через постоянную реализацию. Информация о покупателях структурируется на предприятии в отделе сбыта. Торговые агенты и продавцы постоянно выслушивают просьбы, рекомендации и претензии покупателей. Значительная часть информации здесь и теряется, т.к. агент или продавец редко могут использовать ее в собственной работе. Существенная, по мнению продавца, информация передается "выше", где уже менеджер фильтрует ее и ненужную отсеивает. Далее очень изменившийся информационный поток достигает руководства сбыта, где снова отсеивается информация, которую сбыт использовать не компетентен. Руководству предприятия попадает дистиллированный информационный ручеек, из которого невозможно извлечь пользы.

Обратная связь (реакция на информацию) при вертикальной организации информационных потоков очень мала. На практике это означает самостоятельное принятие агентами и продавцами решений, выходящих за их компетенцию. Накопления информации не происходит.

Горизонтальная информационная система предусматривает адресное распределение информации по мере ее поступления. Агенты и продавцы адресуют информацию подразделениям, способным ее использовать. Преимущества горизонтальной системы: более полное использование информации и сокращение сроков принятия решений. Недостатки: агенты и продавцы самостоятельно решают, кому и какая информация может потребоваться; адекватная реакция на информацию не стимулируется, т.е. как

для агента передача информации заинтересованной службе является факультативной нагрузкой, так и для заинтересованной службы не обязателен ответ агенту; накопления информации не происходит. Регламентировать процедуру информационного обмена нецелесообразно.

Централизованная информационная система предусматривает организацию информационного центра, в который информация стекается в полном объеме и где накапливается. Пассивный информационный центр строится на базе компьютерной автоматизированной системы, в которую информация постоянно заносится и из которой распределяется по запросам соответствующих служб. Главный недостаток пассивного центра — отсутствие обратной связи и стимулировании использования информации. Процедуру информационного обмена уже можно регламентировать, однако автоматического поддержания его качества не происходит.

Активная централизованная информационная система выполняет также функцию маркетинга: контролирует, анализирует и распределяет информацию. Процедура информационного обмена регламентируется. Информация используется наиболее полно и эффективно

Выбор той или иной системы предприятием определяется спецификой последнего. Для предприятия с ограниченными ресурсами, ориентированного на работу с одним и тем же сегментом рынка, достаточна вертикальная информационная система. Если персонал предприятия образует сплоченную команду, может быть достаточно эффективна горизонтальная система. Централизованная система необходима предприятию, увеличивающему долю рынка, применяющему диверсификацию или другую стратегию интенсивного развития.

Построение информационной системы в наибольшей степени есть функция маркетинга и при отсутствии последней на предприятии должно выполняться руководством предприятия.

Наиболее важны такие аспекты внутренней информации, как адекватное доведение до каждого работника предприятия стратегических и

тактических задач и решений руководства (т.е. прохождение информации "вниз") и доведение до руководства соответствующих уровней претензий и предложений по совершенствованию технологий взаимодействия структур (т.е. прохождение информации "вверх").

Прохождение информации "вниз" удобно организовать через проведение регулярных совещаний и "оперативок" на уровне руководителей подразделений и в подразделениях. На "оперативках" формулируются задания для персонала, разъясняется, какие именно проблемы будут решаться и почему именно этим способом. Это позволяет получить большую отдачу от работников, во-первых, потому что исключается возможность ошибки из-за неверно понятого задания и, во-вторых, потому что формируется мотивация — повышается значимость задания. Дополнительную пользу могут принести предложения работников по более эффективному решению поставленных проблем.

В отдельных случаях руководство сознательно идет на ограничение внутренней информации из соображений секретности. В подавляющем большинстве случаев, предприятие от этого больше теряет, чем выигрывает, т.к., во-первых, при желании информация все равно будет получена конкурентами, во-вторых, рассогласование в представлениях персонала о целях стратегии и тактике предприятия способно принести большее вреда, чем три конкурента сразу.

Прохождение информации "вверх" (по сути — обратная связь) позволяет выявлять возникающие проблемы в функционировании предприятия на ранней стадии и соответственно эффективно решать их. Частично обратную связь обеспечивают "оперативки" и совещания, на которых персоналом высказываются предложения. Возможно ее стимулирование введением приемных часов высшего руководства раз в неделю или в две. Реально прохождение информации "вверх" стимулирует ее востребованность: если по предложениям персонала принимаются соответствующие решения, претворяемые в жизнь, если предусмотрено материальное или моральное поощрение за использованные

предложения, то обратная связь функционирует и обеспечивает всю полноту информации. Если же предложения откладываются "под сукно", их число быстро уменьшается до минимума и для восстановления системы приходится прилагать значительные усилия.

При организации системы внутренней информации необходимо рассмотреть такие вопросы как делегирование полномочий. Вывод всей полноты информации на высший уровень руководства нецелесообразен. Таким образом, решения по предложениям персонала должны приниматься на соответствующих уровнях, то есть, если менеджер компетентен в вопросе агента, ему необходимо самостоятельно принять решение по вопросу, если проблема выявлена на уровне взаимодействия подразделений, решение по ней принимается руководителями подразделений.

Список литературы.

1. Волкова, Денисов «Основы теории систем и системного анализа». С-Пб.: Издательство СПбГТУ, 2015г.
2. Гольц Г. «Рабочие станции и информационные сети». М.: Машиностроение, 2008г.
3. Исаенко А.Н. «Маркетинговое консультирование» М.: Дело, 2013г.