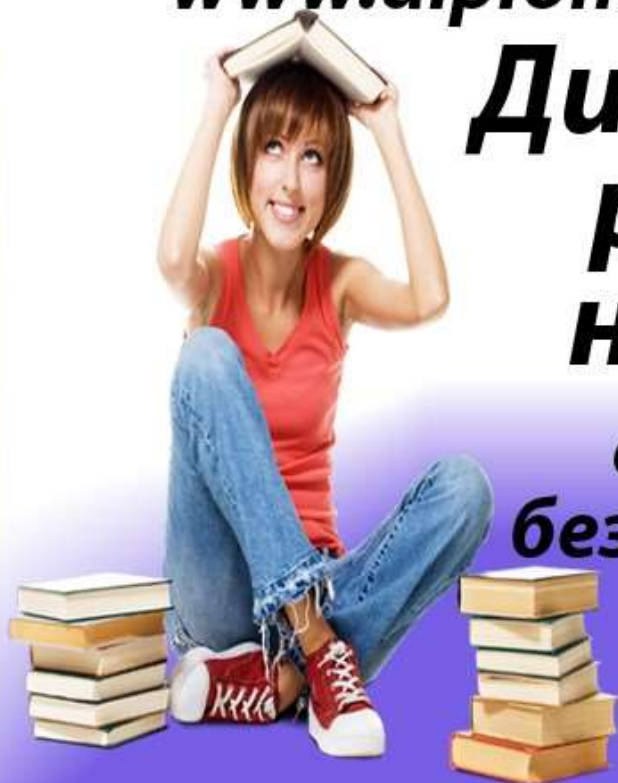


www.diplomstudent.net

**Дипломные
работы
на заказ**

**от автора
без предоплаты**



СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. УПРАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫМИ РЕСУРСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	7
1.1.Понятие информации. Информация как ресурс. Классификация информации. .7	
1.2.Построение автоматизированной информационной системы.....	10
1.3.Оценка эффективности информационных ресурсов	18
ГЛАВА 2. ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ООО «НОВАЯ ОКОННАЯ КОМПАНИЯ» В УПРАВЛЕНИИ ИНФОРМАЦИОННЫМИ РЕСУРСАМИ.....	22
2.1. Краткая организационно-экономическая характеристика предприятия	22
2.2.Оценка деятельности организации ООО «Новая оконная компания» в управлении информационными ресурсами	25
2.2.1.Виды информационных ресурсов и информационные потоки на предприятии ООО «Новая оконная компания»	25
2.2.2. Анализ эффективности в управлении информационными ресурсами предприятия ООО «Новая оконная компания»	26
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	38
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	40
ПРИЛОЖЕНИЯ 1-5	42

ВВЕДЕНИЕ

Информационные ресурсы для многих компаний так же значимы, как и корпоративные финансы или кадровый состав. Рассмотрению нового инструмента управления информационными ресурсами предприятия - информационному portalу, посвящена данная статья. Применение интернет-решений для управления предприятием по-прежнему вызывают массу вопросов, прежде всего в области аргументации их эффективности. Поэтому автор, упоминая известные функции портала, более подробно рассматривает основную функцию — это управление информационными ресурсами предприятия. Функции портала должны рассматриваться гораздо шире, чем функции «парадного входа в здание», открывающего прямой путь к нужной информации. Реализация стандартного управленческого цикла в отношении информационных ресурсов позволяет рассматривать портал как одну из составляющих системы управления компанией. Планирование информационного обеспечения, косвенное управление инвестициями и непосредственное оценивание эффективности их вложений — это ключевые и вместе с тем наименее очевидные функция управления, реализуемые при помощи портала. Все представленные в настоящей статье примеры связаны одной общей идеей — информационный портал предприятия следует рассматривать не как контейнер для набора информационных сервисов и служб или всего лишь точку входа в информационное пространство компании, портал следует позиционировать как инструмент управления информационными ресурсами, инфраструктурой, инвестициями в ИТ.

Объективно оценивая состояние современной российской экономики можно утверждать, что она представляет собой разрозненное, неструктурированное хозяйство, к тому же со значительно устаревшими технологиями, основными фондами, несовершенным инструментарием, инфраструктурой производства. Сегодня появляется шанс кардинально изменить ситуацию за счет использования высоких технологий. Импульсом к их становлению и развитию высоких технологий в деловой сфере, сфере развития хозяйственных отношений является

согласование и учет интересов международных и отечественных (в том числе региональных) финансовых и промышленных групп. Генератором этих процессов, может стать система информационных комплексов, представляющих собой интегрированные сочетания современных информационных и традиционных производственных технологий¹.

В последние десятилетия резко увеличился объём информации в обществе вообще и информации, используемой на предприятии в частности. Это связано с растущими темпами развития науки и техники, появлением новых технологий, быстрой их сменяемостью. На рынках сырья и продукции сложились условия, требующие постоянного наблюдения за состоянием рынка, его изменениями, тенденциями его развития, необходимо уметь предвидеть дальнейшее развитие ситуации и быть готовым к смене стратегии, стиля деятельности, технологии производства для быстрейшего приспособления к новым внешним условиям.

Всё это ведёт к тому, что в современных условиях руководителям предприятий приходится иметь дело с таким большим количеством информации, она так быстро меняется, что её часто становится просто невозможно обработать «вручную». Кроме того, на больших предприятиях с большими оборотами продукции и численностью работников существует необходимость учёта и контроля большого объёма финансовой, производственной, кадровой, закупочно-сбытовой, маркетинговой информации.

В связи с этим появляется необходимость создания автоматизированных систем сбора, обработки, хранения информации. Они должны облегчить процесс работы с информацией, циркулирующей на предприятии.

Появление компьютерной техники позволяет создать подобные системы. На современных предприятиях практически вся работа с информацией автоматизирована, существуют специальные программы, позволяющие вести на компьютере бухгалтерский учёт, документооборот, маркетинговые исследования,

¹ С.А.Нехаев Информационные технологии – интеграционный инструмент развития экономических систем. статья

проводить прогнозирование и стратегическое планирование, а также многое другое.

Но кроме автоматизации актуальным остаётся вопрос о грамотном построении структуры информационной системы, оптимизации информационных потоков, отсеивания ненужной информации, упрощения поиска и получения необходимой.

Наличие хорошо отлаженной автоматизированной информационной системы на предприятии значительно упрощает процесс управления предприятием. Она позволяет вовремя собрать, отсортировать, обработать необходимую информацию и принять верное решение. Иногда, не вовремя принятое решение, из-за недостатка или несвоевременного поступления информации может привести к гибели предприятия. Поэтому необходимо уделять большое внимание созданию и поддержанию эффективного функционирования информационной системы предприятия.

Курсовая работа на тему: «Оценка деятельности организации в управлении информационными ресурсами» имеет своей целью дать оценку деятельности организации ООО «Новая оконная компания» в управлении информационными ресурсами и предложить пути совершенствования. Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач: рассмотреть сущность информационных ресурсов, их виды; описать показатели оценки эффективности управления информационными ресурсами; оценить систему управления информационными ресурсами ООО «Новая оконная компания»; разработать мероприятия по совершенствованию управления информационными ресурсами анализируемой компании.

Объектом исследования является предприятие, занимающиеся производством и установкой окон ПВХ, ООО «Новая оконная компания». Предмет исследования- существующая система управления информационными ресурсами объекта исследования.

ГЛАВА 1. УПРАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫМИ РЕСУРСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1. Понятие информации. Информация как ресурс. Классификация информации

Основными понятиями, используемыми в теории информационных систем и автоматизированных систем информации, являются: информация, система, информационно-поисковая система, автоматизированная система управления, автоматизированное рабочее место.

Информация - (от лат. Informatio – разъяснение, изложение) первоначально – сведения, передаваемые людьми устным, письменным или другим способом ; с середины 20-го века – общенаучное понятие, включающее обмен сведениями между людьми, человеком и автоматом, автоматом и автоматом.

Система – группа (множество) определённым образом упорядоченных и взаимосвязанных элементов, обладающих устойчивым единством, внутренней целостностью, автономностью существования во внешней среде.

Информационно-поисковая система (ИПС) – совокупность средств для хранения, поиска и выдачи по запросу нужной информации, поиск (размещение) информации в ИПС осуществляется вручную или с помощью ЭВМ по определённым правилам и в соответствии с принятым информационным языком.

Автоматизированная система управления АСУ – совокупность математических методов, технических средств (ЭВМ, средства связи) и организационных комплексов, обеспечивающих рациональное управление сложным объектом (процессом) в соответствии с заданной целью.

Автоматизированное рабочее место АРМ – рабочее место оператора, диспетчера, конструктора, технолога, оснащенное средствами вычислительной техники для автоматизации процесса переработки и отображения информации, необходимой для выполнения производственного задания.

В последнее время возросла роль информации, используемой на предприятиях, в различных организациях. Можно сказать, что она является одним

из ресурсов, используемых в деятельности предприятия. Однако информационные ресурсы отличаются по своим свойствам от ресурсов в традиционном понятии (материальных, энергетических, технологических).

Основная характеристика ресурсов - их потенциальная эффективность. Потенциальная эффективность минеральных ресурсов, сырья уменьшается по мере их использования. В случае возобновляемых ресурсов их потенциальная эффективность может восстанавливаться, но для этого требуется определенный (часто значительный) период. Потенциальная эффективность искусственно создаваемых технических средств, в том числе оборудования, также имеет предел, определяемый их сроком службы, и исчезает после списания станка или другого технического средства. Иначе обстоит дело с информационными ресурсами: их потенциальная эффективность не исчезает после не только однократного, но и многократного использования одной и той же информации (уменьшение эффективности может быть связано только с устареванием информации). Более того, принципиальной особенностью информации является ее тиражируемость. Иногда говорят, правда, и о тиражируемости станка, но в этом случае речь идет о тиражируемости конструкции станка, идеи, т. е. информации, а на создание каждого экземпляра станка одного и того же типа снова нужно затратить труд. В то время как при тиражировании информации труд умственный на ее создание больше не тратится, а труд, затрачиваемый на размножение информации, незначителен и им, как правило, можно пренебречь при оценке эффективности использования информации².

Таким образом, если учесть тиражируемость и многократность использования, то информация в принципе может иметь практически неубывающую потенциальную эффективность. Другой вопрос - фактически реализуемая эффективность. В случае материальных ресурсов ее можно оценить

² Севастьянова А. Е. Информационно-аналитические системы в электронном правительстве региона. Регион: экономика и социология. 2009. № 4. С. 211-227.

коэффициентом использования материалов, сырья, электроэнергии и т. п., коэффициентом' полезного действия оборудования и др. технических средств. При оценке же эффективности использования информации следует иметь в виду еще одну ее принципиальную особенность: информация становится информацией только в случае, когда есть источник. переносчик (в т. ч. передатчик, носитель) и приемник (потребитель), который должен хотеть воспринять информацию и быть способным ее понять и использовать.

Иными словами, создаваемые информационные массивы только тогда становятся действительно информацией, а соответственно и информационными ресурсами, когда они "находят" своего пользователя, которому представляется информация именно в то время, когда она ему нужна для принятия конструкторских, технологических или управленческих решений.

Виды информационных ресурсов и особенности их использования в различных сферах деятельности еще недостаточно изучены. Свойства информации как ресурса по-разному проявляются в зависимости от ее характера, источника, формы. Поэтому необходим комплексный (системный) анализ информационных ресурсов, с тем чтобы научиться оценивать возможности их более эффективного использования.

В настоящее время в обществе циркулируют разнообразные потоки разной по характеру информации. Более глубоко их начали изучать в 60-е - 70-е гг. в связи с созданием автоматизированных систем, которые создавались параллельно для разных сфер деятельности предприятий, организаций, отраслей, регионов. Однако по мере развития автоматизированных систем начинает все больше проявляться их взаимное влияние и взаимодействие различных сфер информационного обеспечения, и в настоящее время начинает все больше пониматься необходимость формирования единой информационной сферы, в которой информацию необходимо классифицировать по разным признакам. Например, информационная сфера предприятия (организации) должна включать в себя весь

спектр различных видов информации, отображающей состояние и функционирование соответствующих видов деятельности предприятия.

Разными исследователями предлагались различные способы классификации информационного обеспечения.

Так с точки зрения взаимодействия предприятия (организации) с окружающей средой всю информацию (в основном документальную) принято делить на входящую и исходящую.

В зависимости от сроков хранения различают постоянную, условно-постоянную (иногда обновляемую) и переменную (регулярно изменяющуюся).

Разделяют информацию и по уровням управления : заводская, внутризаводская, цеховая, внутрицеховая.

По характеру деятельности : конструкторско-технологическая. бухгалтерская, учётно-отчётная, плановая, маркетинговая, кадровая, производственная.

В автоматизированных системах информационное обеспечение делят на машинное (в памяти ЭВМ) и немашинное.

Эти классификации в различных сочетаниях используются при индексировании различных документов: писем, приказов, инструкций и других документов, используемых предприятиями и организациями в своей практической деятельности.

1.2. Построение автоматизированной информационной системы

Автоматизированную систему информации можно рассматривать с двух точек зрения: 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;

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.

При этом используют методику системного анализа. Эти два этапа содержат определённые подэтапы.

Этап 1. Формирование модели, отображающей возможные варианты прохождения информации в автоматизированной информационной системе.

1.1. Отграничение системы от среды ("перечисление" элементов системы).

Подэтап может выполняться с применением метода "мозговой атаки", а в реальных условиях - методов типа комиссий, семинаров или других форм коллективного обсуждения, в результате которого определяется некоторый перечень элементов будущей системы. В состав таких комиссий должны входить разработчики и будущие пользователи АИС.

1.2. Объединение элементов в группы.

Сложную реальную развивающуюся систему невозможно "перечислить" полностью. Следует набрав некоторое множество элементов, попытаться объединить их в группы, найти меры сходства, "близости" и предложить способ их объединения.

Этот подэтап можно трактовать как образование из элементов исходного множества некоторых подмножеств путем перехода от перечисления сходных по какому-то признаку элементов к названию характеристического свойства этого подмножества. В результате в приводимом примере могут быть образованы подмножества элементов по соответствующим видам обеспечения.

1.3. Формирование из элементов подмножеств новых множеств, состоящих из "пар", "троек", "п-ок" элементов исходных подмножеств.

Что можно делать с полученным новыми множествами "пар" и "троек"? Иногда в задачах моделирования на этом этапе можно получить новый результат, который подсказывает путь дальнейшего анализа

1.4. Содержательный анализ полученных результатов и поиск новых путей развития модели.

Для проведения содержательного анализа следует возвратиться к системным представлениям и использовать структуризацию в форме иерархической структуры.

Такое представление помогает распределить работу между соответствующими специалистами, а затем найти дальнейший путь развития модели на основе содержательного анализа сути полученных "пар" и "троек" с точки зрения обеспечения наиболее эффективной реализации задач, поставленных перед системой.

1.5. Разработка языка моделирования.

Данный этап можно представить следующим образом:

- разработка словаря языка моделирования;
- разработка грамматики (или нескольких грамматик, что зависит от числа уровней модели и различии правил).

Этап 2. Оценка модели и выбор наилучшего варианта.

2.1. Выбор способа оценки моделей.

2.2. Выбор критериев оценки моделей.

Могут быть приняты такие оценки, как оперативность (время), достоверность (вероятность сбоя при передаче информации, ошибок при ее обработке), трудоемкость, затраты на внедрение, эксплуатационные расходы, сроки внедрения, скорость заполнения форм или ввода информации.

2.3. Оценка моделей.

Способ оценки модели на уровне вариантов экспертный; для экспертного оценивания могут быть выделены сферы компетентности и привлечены соответствующие специалисты, знающие особенности конкретных технических средств; кроме того, могут быть проведены эксперименты.

2.4. Выбор наилучшего варианта.

В реальных условиях не обязательно проходить все подэтапы. Во-первых, существует множество разнообразных готовых программ. Во-вторых, наработан большой опыт в организации информационных систем, поэтому, используя его можно создавать системы по аналогии.

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.

Финансовая информация.

Для построения системы финансовой информации необходима следующая информация:

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.

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.

Здесь важна не только точность, предоставляемых данных, но и скорость их получения в случае необходимости. Возможен компромисс между точностью данных и скоростью их интерпретации. Для управления часто важнее скорость: устаревшие на неделю данные, пусть и очень точные, означают запаздывание управляющего воздействия на ту же неделю.

Кроме того, необходимо определить объем нужной информации и требования к ее обработке. Как правило, подготовка информации невозможна без применения автоматизации и требует затрат значительных усилий, сопоставимых с ведением баланса. При наличии финансово-экономической службы подготовка может быть распределена следующим образом: разработка и контроль выполнения — финансовый директор; разнесение затрат — экономист; ввод данных — бухгалтерия. Отсутствие развитого финансового подразделения заставляет использовать для всех задач бухгалтерию, что проблематично, т.к. принципы бухучета значительно отличаются от принципов постановки управленческой финансовой информации и противоречат всему предыдущему опыту бухгалтеров.

Эффективность использования финансовой информации значительно повышается, если управление на ее основе распределено горизонтально, между основными подразделениями. (Прил.1 схема 1.)

Маркетинговая информация.

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.

Полная система маркетинговой информации включает в себя сведения о предприятии, микросреде (собственно рынке), макросреде (экономике, культуре, политике, ресурсах, технологии в областях, интересующих предприятие).

Построение стратегий в большой степени основано на предпочтениях конечных потребителей, но тактические цели могут быть достигнуты через постоянную реализацию. Она, в свою очередь, зависит от предпочтений тех, кто платит деньги. 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. Такая система построения называется Вертикальной (Прил.1 схема 2.).

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 (Прил.1схема 3) 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 (Прил.1 схема 4.) 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 стимулирования использования информации. Процедуру информационного обмена уже можно регламентировать, однако автоматического поддержания его качества не происходит³.

Активная централизованная информационная система выполняет также функцию маркетинга: контролирует, анализирует и распределяет информацию. Процедура информационного обмена регламентируется. Информация используется наиболее полно и эффективно. Накопление информации существенно облегчает поиск новых рыночных возможностей предприятием по мере его развития. К недостаткам системы можно отнести высокую стоимость ее эксплуатации.

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.

Обязанности по определению объема, качества и периодичности сбора информации возлагаются на подразделение маркетинга (если оно существует на предприятии) или на высшее руководство. Контроль использования информации

³ Шерешева М. Ю. Информационная инфраструктура розничных сетей в России // Российский журнал менеджмента. 2005. Т. 3. № 1. С. 53-74.

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

Внутренняя информация.

Организации внутренней информации предприятия обычно уделяют мало внимания, отдавая приоритет финансовой и маркетинговой. Между тем система распространения внутренней информации в значительной степени влияет на качество взаимодействия между подразделениями предприятия, способствует или препятствует развитию 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 больше 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.

1.3. Оценка эффективности информационных ресурсов

При многообразии видов и форм информационных ресурсов проблема их оценки кажется практически неразрешимой.

Действительно, как сопоставлять различные виды информации? Какой информацией необходимо обеспечивать руководителей, управленческих

работников, научных работников, конструкторов, технологов и других сотрудников предприятия? Как определить, хранение и поиск какой информации важнее автоматизировать в первую очередь? Как вообще определить эффективность использования информационных ресурсов?

Увеличение объемов производства, частоты обновления номенклатуры выпускаемой продукции и технологий; усложнение управления быстро развивающимися регионами, производственными системами, непромышленной сферой привели к увеличению и усложнению информационных потоков. В этих условиях стало необходимым оценивать затраты на информационные ресурсы, определять их вклад в эффективность функционирования производственных, образовательных и других систем. В различных науках об информации предпринимались попытки ее измерения. Для оценки удовлетворения информационных потребностей в теории научно-технической информации введены меры релевантности и пертинентности. Под релевантностью понимается соответствие выдачи запросу; под пертинентностью - соответствие выдачи потребностям пользователя. На практике при оценке значимости информационных массивов автоматизированных систем управления пользуются иногда такими косвенными оценками, как частота обращения к массиву, число подготавливаемых на его основе документов, число обслуживаемых подразделений, объем массивов и т. п. косвенными количественными характеристиками.

Для решения частных задач рассмотренные способы оценки информации дают иногда вполне удовлетворительные результаты. Однако в случае оценки всей совокупности информационных ресурсов желательно иметь возможность сравнивать различные виды информации, получать если не единую меру, то хотя бы сопоставимые оценки полезности различных информационных ресурсов для производственной или иной системы, с тем чтобы распределять средства на информационное обеспечение более рационально. Применить для оценки эффективности информационных ресурсов традиционную стоимостную меру

практически нереально. Можно, конечно, оценить экономическую эффективность и срок окупаемости автоматизации хранения и поиска отдельных видов информационного обеспечения. Однако на основе этих оценок нельзя судить о значимости информации для совершенствования производства или системы организационного управления, о полезности информации для научных исследований, проектного решения.

Опираясь на основную идею применения системных представлений при организации сложных экспертиз можно поставить задачу оценки эффективности информационных ресурсов, как задачу оценки степени их влияния на реализацию цепей системы. При такой постановке задачи нужно решить две проблемы: сформировать структуру целей (основных направлений развития) системы, определяющих ее деятельность в соответствующий период существования; выбрать подход к оценке степени влияния информации на достижение целей.

Для обеспечения полноты анализа деятельности предприятия (организации) при формировании структуры целей следует применять методики структуризации целей и функций, выбор которых определяется предварительно разработанной концепцией его развития. Для оценки степени целесообразности можно использовать вероятностную меру, т. е. оценивать вероятность того, что данный информационный ресурс будет использован при достижении подцели. Такие оценки можно получать, как оценки относительной важности, относительного вклада информационного ресурса в реализацию соответствующей подцели, однако при этом возникает проблема, связанная с тем, что одна и та же информация может влиять не на одну подцель.

Можно использовать информационную меру степени влияния ресурса на реализацию подцелей, которая позволяет учесть не только вероятность достижения подцели p , но и вероятность q того, что данная информация будет использована лицом, принимающим решение, при реализации подцели:

$$H = -q \cdot \log(1-p)$$

Оценка информационного потенциала H удобнее оценок относительной важности: их можно суммировать; можно учесть не только p но и q ; понятие информационного потенциала лучше воспринимается управленческими работниками.

В реальных условиях могут быть использованы более сложные способы. Например, применить стратифицированное расчленение. Его суть состоит в том, что выделяют четыре уровня разработки, реализации и оценки информационной системы: эффективность техническая, эффективность экономическая, социальная и функциональная. Затем выбирают критерии оценки по каждому уровню, далее в соответствии с критериями проводят оценку данной системы, применяя различные математические методы или методы экспертных оценок⁴.

⁴ Чечеткина Н.М., Путилина Т.И., Горбунова В.В. Товарная экспертиза. Серия «Учебники и учебные пособия». Ростов н/Д: «Феникс», 2007г.

ГЛАВА 2. ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ООО «НОВАЯ ОКОННАЯ КОМПАНИЯ» В УПРАВЛЕНИИ ИНФОРМАЦИОННЫМИ РЕСУРСАМИ

2.1. Краткая организационно-экономическая характеристика предприятия

Общество с ограниченной ответственностью «Новая Оконная Компания» (ООО «НОК») образовалась в 2006 году. Представляет собой производственно-сбытовое предприятие и осуществляет свою деятельность на основании устава и закона об «Обществах с ограниченной ответственностью⁵»

Адрес: 140053, МО, Люберецкий р-н, г. Котельники, мкр. Силикат, 4.

ООО «Новая Оконная Компания» занимается производством окон и дверей из ПВХ профилей. В текущем году фирма запускает новую производственную линию, для изготовления блоков для остекления из алюминиевого профиля АГС. Сбыт продукции осуществляется строительным компаниям, торговым и посредническим организациям. С конечными заказчиками продукции компания не работает.

Основные поставщики комплектующих:

Проплекс – одна из первых и крупнейших, на сегодняшний день, компаний на территории РФ, производящая ПВХ профили для изготовления окон и дверей. Компания образовалась в 1999г. Занимается производством и поставками ПВХ профилей на территории РФ, продажей фурнитуры турецкий марки Kale и оборудованием для производства окон и дверей.

ГК «СТиС» - лидер российского рынка стеклопакетов. Поставляет стеклопакеты различной толщины и размера под заказ. Компания образовалась в 1999г. Первый производственный комплекс был открыт в г. Саратове, а в 2001г. компания стала крупнейшим производителем стеклопакетов на территории РФ.

⁵ ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью»//Принят Государственной Думой 14 января 1998 года. Одобрен Советом Федерации 28 января 1998 года. с изм., внесенными Федеральным законом от 27.10.2008 N 175-ФЗ)

Компания «ТБМ» - первая и самая крупная компания на данном этапе, компания-поставщик комплектующих для производства окон и ПВХ профилей и деревянных окон. В ассортименте компании: фурнитура для окон и дверей, комплектующие для производства стеклопакетов, алюминиевые профили системы Provedal, клееный брус для производства деревянных окон, программное обеспечение для расчета стоимости и производства окон и многое другое.

Основные покупатели продукции ООО «НОК» - это строительные организации, ремонтные компании, посредники. С конечным, т.е. частным заказчиком, компания не работает.

На сегодняшний день производство компании - одно из самых мощных в России. Общая площадь производственного комплекса составляет 24 000 кв. метра. Все производство оснащено современным немецким оборудованием.

Производственные линии сборки спроектированы и произведены в Германии, они созданы под потребности компании и уникальны. Такое оборудование позволяет производить около полутора тысяч кв. метров окон в день.

Для дополнительного контроля качества и выявления возможных несовершенств, готовая продукция проходит проверку ОТК (со специально оснащенной лабораторией). Условия хранения продукции и ее транспортировки строго контролируются специалистами.

ООО «НОК» имеет множество сертификатов, среди прочих следующие: Сертификаты соответствия, Гигиенические сертификаты и Сертификат пожарной безопасности. На сегодняшний день компания получает сертификат соответствия качества ISO 9000. Данный сертификат говорит о комплексном подходе к управлению качеством на производстве компании.

Для поддержания безупречного уровня обслуживания и высочайшего качества работы, компания ежегодно проводим стажировки рабочего персонала.

Структура организации представлена на рис.2, прил.2. Должностные обязанности работников предприятия представлены в прил.5.

Основные показатели деятельности организации на основании данных бухгалтерского баланса⁶, прил.3 и отчета о прибылях и убытках⁷, прил.4, с 2007-2009г.г. представлены в табл.1.

Таблица 1

Основные показатели деятельности организации с 2007-2009г.г.

показатели	2007 год	2008 год	2009 год	Отклонение 2009 г. от 2007 г.
Выручка от реализации, тыс. руб.	33644	40491	48633	+14989
Валовая прибыль, тыс. руб.	11776	14172	17022	+5246
Чистая прибыль от продаж, тыс. руб.	9976,0	12112	14852	+4876
Дебиторская задолженность, тыс. руб.	16952	12586	16511	-441
Кредиторская задолженность, тыс. руб.	32658	33617	46651	+13993
Сумма капитала, тыс. руб.	54519	55795	68133	+13614

Данные табл.1. показывают, что в течении анализируемого периода наблюдается рост выручки от реализации и валовой прибыли на 14989 тыс. руб. и 5246 тыс. руб. соответственно. Чистая прибыль от продаж в 2007 г. составила 14852 тыс. руб., а это на 4876 тыс. руб. выше по сравнению с началом анализируемого периода.

Произошло снижение дебиторской задолженности на 441 тыс. руб. и рост кредиторской задолженности на 13993 тыс. руб. Общая стоимость капитала увеличилась на 13614 тыс. руб. и составила 68133 тыс. руб.

⁶ Баланс предприятия ООО «Новая Оконная Компания» с 2007-2009г.г.

⁷ Отчет о прибылях и убытках предприятия ООО «Новая Оконная Компания» с 2007-2009г.г.

2.2. Оценка деятельности организации ООО «Новая оконная компания» в управлении информационными ресурсами

2.2.1. Виды информационных ресурсов и информационные потоки на предприятии ООО «Новая оконная компания»

На предприятии информация передается горизонтальным способом, схема 3 прил.1.

Так, например, поступает заявка от покупателя на изготовление и установку окна ПВХ. Менеджер, принявший заявку, сообщает начальнику отдела снабжения, начальник отдела снабжения проверяет наличие материалов для производства окна. Он отдает информацию в отдел производства- начальнику производственного отдела. Начальник производственного отдела –отдает распоряжение рабочим по производству, которые осуществляют изготовление окон ПВХ. Схематично процесс обмена информацией выглядит следующим образом, рис.2. На предприятии не существует автоматизированной систему обработки и получения информации о заказчиках. Т.е. при поступлении заявки от покупателя, менеджер письменно оформляет заявку, эту письменную заявку передают в отдел снабжения и т.д. Все это замедляет процесс поступления информации, так как автоматизированное поступление информации, смогло бы ускорить этот процесс от отдела сбыта к отделу производства.

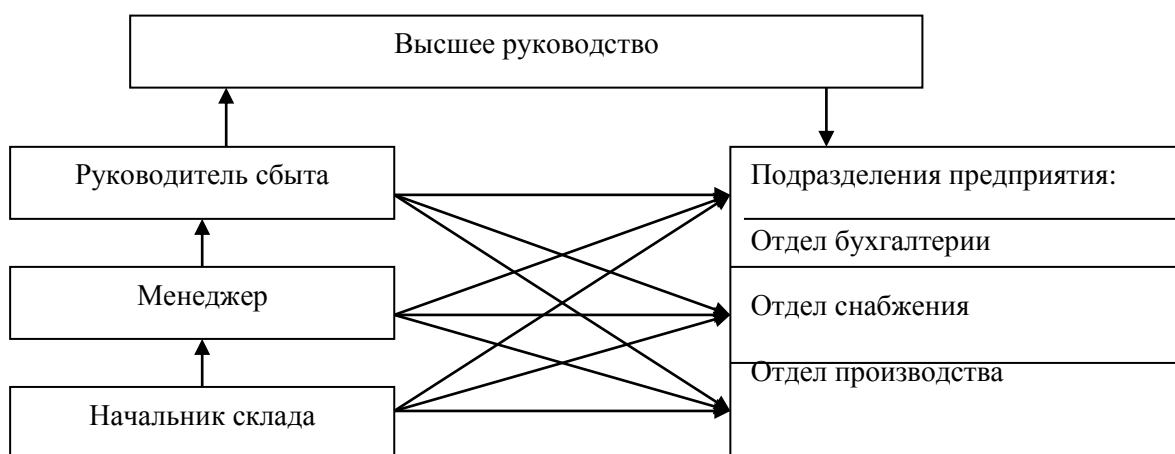


Рис.2. Процесс обмена информацией на предприятии ООО «Новая оконная компания».

На предприятии ООО «НОК» существуют следующие виды информации:

Внутренняя- распоряжения, приказы, указания, должностные инструкции работников предприятия.

Финансовая- данные о кредиторской и дебиторской задолженности , финансовая отчетность предприятия.

Маркетинговая- данные о поставщиках, данные о покупателях.

Для того, чтобы оценить насколько эффективно управление информационными ресурсами на предприятии, необходимо провести анализ , который позволит дать оценку эффективности.

2.2.2. Анализ эффективности в управлении информационными ресурсами предприятия ООО «Новая оконная компания»

На предприятии информационные потоки должны быть построены таким образом, чтобы информация на предприятии была доступна всем управляющим работникам, всем кто задействован в производственной сфере и т.д. для того, чтобы обеспечить выполнение всех задач предприятия и добиться поставленной цели.

Цель предприятия- получение прибыли и удовлетворение потребности населения в пластиковых окнах.

Быстрое и своевременное поступление информации, позволяет работникам ускорить процесс производства и реализации.

Таким образом, если бы на предприятии существовала Централизованная информационная система, схема 4, прил.1, то все подразделения имели бы доступ к информации о потребителях, поставщиках, заказчиках, объемов заказчиков, сроки исполнения заказов и др. Так, не приходилось бы отделу сбыта сначала отдавать запрос в отдел снабжения (для того, чтобы узнать о наличии материалов для изготовления изделия), потом этот запрос поступает в отдел производства и т.д. Таким образом, происходит большая трата времени на выполнение заявки.

Для того, чтобы ускорить процесс выполнения заявок, необходимо создать централизованный обмен информацией автоматизированным способом (с помощью ЭВМ). Это должно выглядеть так, рис.3.

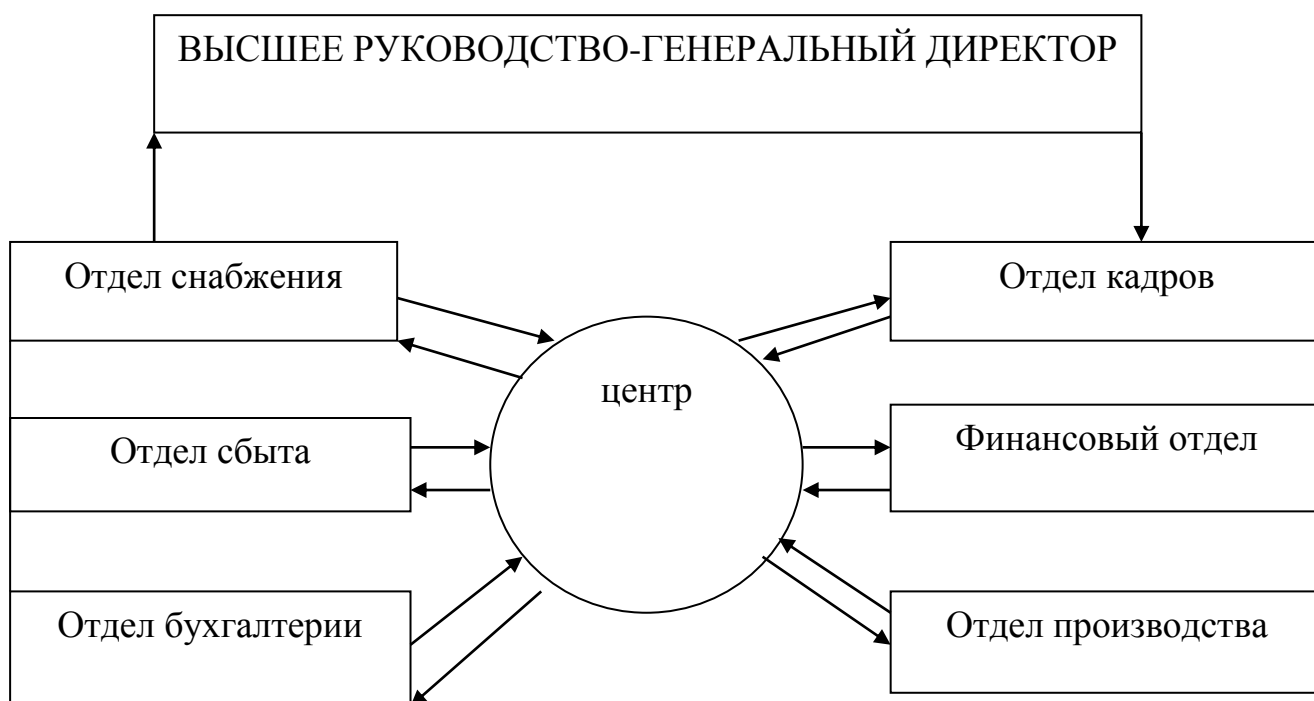


Рис.3. Совершенствование процесса обмена информацией на предприятии ООО «Новая оконная компания».

Необходимо объединить компьютеры основных отделов предприятия: отдел сбыта, отдел снабжения, отдел производства, отдел бухгалтерии. Заявки оформлять в специальной форме (компьютерной), таким образом, отдел снабжения и отдел производства сразу будет видеть заявку заказчика и приступать к выполнению данной заявки. После проведения расчетов от заказчика, что также будет отражаться в общей системе, начальник отдела сбыта будет давать указание на установку окна для определенного заказчика. При частичной оплате, к производству окна может приступать отдел производства. Только после полностью проведенной оплаты, производиться установка окна.

Выделяют четыре уровня разработки, реализации и оценки информационной системы: эффективность техническая, эффективность экономическая, социальная и функциональная.

Согласно специфике предприятия ООО «Новая оконная компания», важными факторами является оценка экономической эффективности.

Как правило, автоматизированные системы включают следующие подсистемы:

- управление материально-техническим снабжением;
- управление сбытом;
- управление производством;
- управление финансами;
- управление персоналом и др.

Источники эффективности каждой подсистемы, безусловно, определяются реализуемыми функциями: какие данные, когда и кем вводятся в систему, как обрабатываются и кому предоставляются; насколько актуальна и полна эта информация, сколь полно система отражает бизнес-процессы предприятия.

При обосновании целесообразности включения в состав системы подсистемы управления материально-техническим снабжением источники экономической эффективности - в сокращении уровня страховых запасов и своевременности пополнения материально-технических ресурсов; повышении оборачиваемости оборотных средств, сокращении неликвидных запасов и количества или доли срочных, неплановых закупок.

Кроме того, сокращаются простои, а значит, объемы производства увеличиваются. Простои бывают, скажем, из-за недоступности необходимых материалов. А материалы могут отсутствовать оттого, что информация со склада в службу снабжения поступает несвоевременно или в нужное время в нужном месте эта информация недоступна... (например, материалы есть на складе другого подразделения компании и могут быть выданы, но подразделение, которому они необходимы, не имеет доступа к информации о складских запасах).

При **определении рациональных масштабов автоматизации в сфере сбыта** источники экономической эффективности следует искать в сокращении потерь из-за некорректного оформления сопроводительных документов на отпускаемую продукцию. Потери из-за отклонений в целевых ориентирах сбытовой политики, например: отгрузка продукции клиентам, имеющим неисполненные обязательства, или отгрузка сверх кредитного лимита, - тоже исключаются с внедрением подсистемы сбыта. Время исполнения заказов минимизируется. Обслуживание клиентов становится предельно корректным, их потери от несвоевременного или неточного исполнения заказа снижаются.

Если в системе предприятия планируется **подсистема управления производством**, источники экономической эффективности следует искать в увеличении объемов производства в натуральном выражении (за счет повышения загрузки производственных мощностей) и стоимостном выражении (из-за повышения качества продукции). Улучшения качества продукции можно достичь более точной настройкой оборудования. За счет эффективного контроля расхода материалов следует ожидать снижения себестоимости продукции.

Если в систему включается подсистема управления финансами, повышается эффективность ценообразования, снижаются трудозатраты на формирование бухгалтерской отчетности (системы класса ERP, как правило, предоставляют возможность ведения учета как по российским, так и по западным стандартам); за счет повышения оперативности формирования финансовой отчетности снижаются риски потери финансовой устойчивости.

При формировании требований к функционалу **подсистемы управления кадрами** источники экономической эффективности - в улучшении анализа использования рабочего времени и уточнении системы мотивации и ротации кадров. Процесс начисления заработной платы упрощается.

При **создании полнофункциональной системы** источники экономической эффективности кроются в повышении качества анализа производственно-хозяйственной и финансовой деятельности компании. Качество

анализа повышается, так как достоверная первичная информация своевременно поступает в единую базу данных, интегрированную с другими подсистемами; упрощается процесс формирования консолидированной отчетности; за счет получения возможности планировать с большей детальностью и/или с другой периодичностью и, самое главное, с большей обоснованностью - качество планирования заметно улучшается. Другой источник эффективности - расширение возможностей контроля большей детализации плановых и фактических показателей. Если обнаруживается отклонение фактических показателей от плановых или нормативных, происходит автоматическое формирование отчетов. Эти отчеты - предмет для детального анализа и взвешенных, аргументированных шагов к исправлению критической ситуации.

Проведем ранжировку экономических показателей, экспертным методом.

Ранжирование – это расположение объектов в порядке возрастания или убывания какого-либо присущего им свойства. Ранжирование позволяет выбрать из исследуемой совокупности факторов наиболее существенный.

Результатом проведения ранжирования является ранжировка.

Если имеется n объектов, то в результате их ранжирования j -ым экспертом каждый объект получает оценку x_{ij} – ранг, приписываемый i -му объекту j -ым экспертом.

Значения x_{ij} находятся в интервале от 1 до n . Ранг самого важного фактора равен единице, наименее значимого – числу n .

Ранжировкой j -го эксперта называется последовательность рангов $x_{1j}, x_{2j}, \dots, x_{nj}$.

Достоинством метода является его простота, а недостатком - ограниченные возможности использования.

Когда необходимо определить согласованность в ранжировках большого (более двух) числа экспертов, рассчитывается так называемый коэффициент

конкордации – общий коэффициент ранговой корреляции для группы, состоящей из m экспертов⁸:

$$W = \frac{12 \cdot S}{m^2 (n^3 - n)},$$

$$S = \sum_{i=1}^n \left(\sum_{j=1}^m x_{ij} - \frac{1}{2} m (n+1) \right)^2.$$

где

где S - сумма квадратов отклонений суммы рангов каждого объекта экспертизы от среднего арифметического рангов;

m - число экспертов;

n - число объектов экспертизы.

Заметим, что вычитаемое в скобках представляет собой не что иное, как среднюю сумму рангов (при суммировании для каждого объекта), полученных i объектами от экспертов.

Коэффициент W изменяется в диапазоне от 0 до 1. Его равенство единице означает, что все эксперты присвоили объектам одинаковые ранги. Чем ближе значение коэффициента к нулю, тем менее согласованными являются оценки экспертов.

Если $W = 0$, то согласованности в оценках нет, поэтому для получения достоверных оценок следует уточнить исходные данные о событиях и (либо) изменить состав группы экспертов. Необходимо, чтобы найденное значение W было больше заданного значения W_3 ($W > W_3$). Можно принять $W_3 = 0,5$, т.е. при $W > 0,5$ действия экспертов в большей степени согласованы, чем не согласованы. При $W < 0,5$ полученные оценки нельзя считать достоверными, и поэтому следует повторить опрос заново. Жесткость данного утверждения

⁸ Чечеткина Н.М., Путилина Т.И., Горбунова В.В. Товарная экспертиза. Серия «Учебники и учебные пособия». Ростов н/Д: «Феникс», 2007г.

Средняя сумма ранга⁹ равна: $(29+29+17+13+17)/5=21$

Отклонения от средней суммы:

$$29-21=8$$

$$17-21=-4$$

$$13-21=-8.$$

Квадрат отклонения:

$$8^2=64$$

$$4^2=16$$

Рассчитаем величину W по формуле:

$$W = \frac{12 \cdot S}{m^2 (n^3 - n)},$$

где S - сумма квадратов отклонений суммы рангов каждого объекта экспертизы от среднего арифметического рангов;

m - число экспертов;

n - число объектов экспертизы.

$$W=(12 \times 224)/(7^2 \times (5^3 - 5))=2688/5880=0,46$$

W=0,46, значит, мнения экспертов неслучайны.

Следовательно, важными показателями экономической эффективности являются:

Вариант № 4. Сокращение простоев, увеличение объемов производства (ранг=13)

Вариант № 3. Повышение оборачиваемости оборотных средств, сокращении неликвидных запасов и количества срочных, неплановых закупок. (ранг=17)

Вариант № 5. Повышение качества анализа производственно-хозяйственной и финансовой деятельности компании. (ранг=17), рис.4

Другие варианты набрали больший ранг, поэтому они менее значимы.

⁹ Теория статистики: Учебник / под ред. Проф. Р. А. Шмойловой. – 3-е изд., перераб. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 560 с.

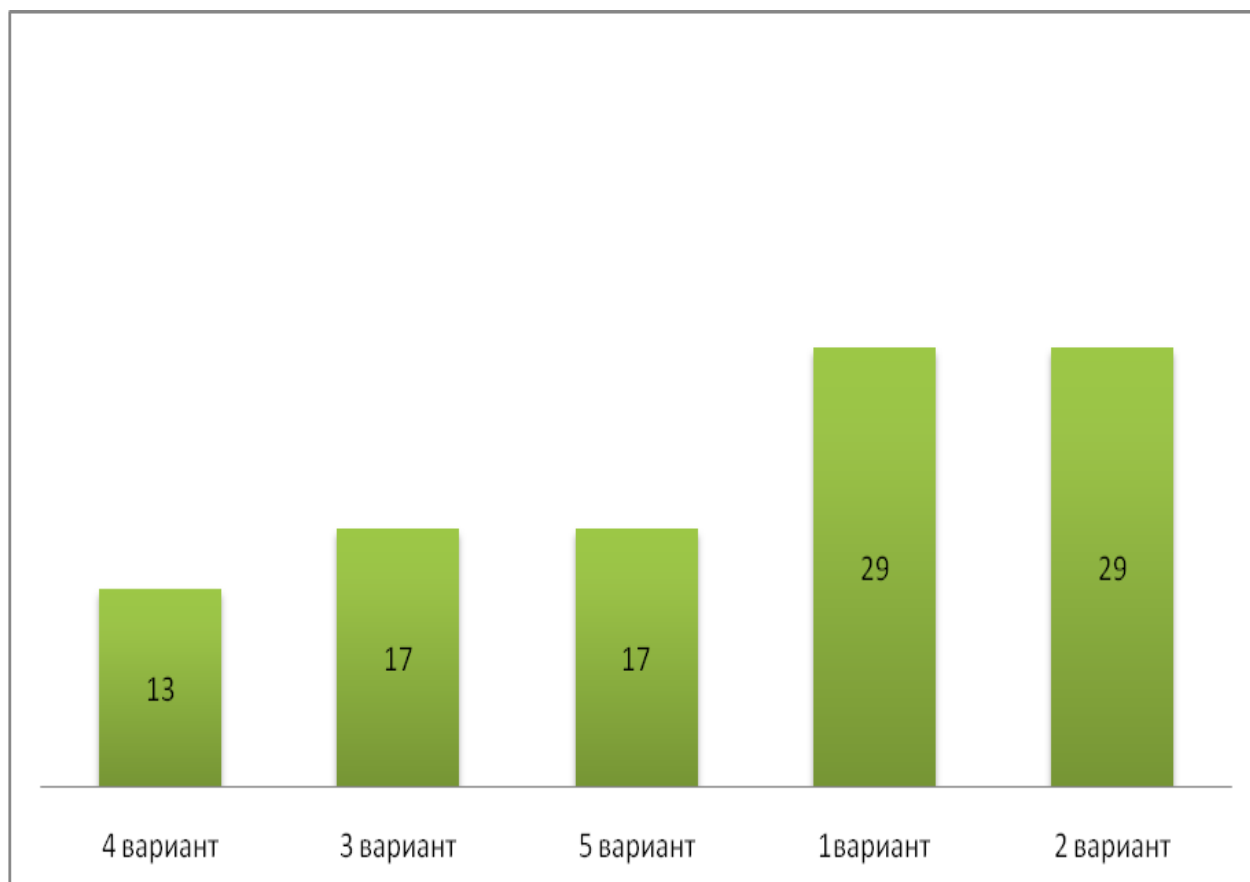


Рис.4. Ранги показателей экономической эффективности автоматизированной информационной системы.

Следовательно, автоматизированная централизованная система информации позволит повысить экономическую эффективность за счет: сокращение потерь из-за некорректного оформления сопроводительных документов на отпускаемую продукцию; сокращение потерь из-за отклонений в целевых ориентирах сбытовой политики.

Для повышения деятельности организации в управлении информационными ресурсами необходимо проводить семинары для руководителей предприятий. В настоящий момент существует необходимость в проведении следующих семинаров, табл.3.

Таблица 3

Программа семинаров для руководителей подразделений

№ п/п	Тема семинара	Краткое описание семинара
1	Модели развития бизнеса	Интеграция ИТ в бизнес-процессы Требования бизнеса к Информационным Системам Роль ИТ-подразделений
2	Основные процессы Управления ИТ	ITIL, как стандарт де-факто ITSM - концепция управления ИТ-сервисами Service Desk как первый этап к предоставлению ИТ сервисов (Особенности и трудности этапа) Разделение процессов сопровождения и разработки Интеграция Service Desk с системами мониторинга и управления (регистрация Инцидентов от систем мониторинга, переход к проактивному управлению, определение метрик управления ИТ, определение времени доступности сервисов и времени простоев Система отчетов Выгоды и преимущества от внедрения и использования ITSM
3	ИТ - сопровождение ИСУ: вчера, сегодня, завтра	Развитие ИТ-сопровождения в зависимости от развития ИСУ Востребованность бизнесом ИТ-сопровождения Существующее положение на рынке Что предлагает ИКТ Видение ИТ-сопровождения компанией ИКТ-Системс
4	Система нормативно-справочной информации (НСИ) как основа интеграции	Достоверность и оперативность предоставления накопленной информации Исключение дублирования данных Повышение уровня использования имеющейся информации Информационное обеспечение Программное обеспечение Организационное обеспечение Создание и сопровождение системы НСИ
5	Работающие инвестиции в ИСУ	Жизненный цикл автоматизации предприятия и развития ИСУ ТЭО внедрения и эксплуатации ИС Окупаемость инвестиций в ИТ
6	АС Службы Поддержки на примере реализации Центра поддержки клиентов ИКТ	Service Desk Интеграция с AD MS Windows Пользовательский WEB - интерфейс Управление Инцидентами Управление базой конфигурационных единиц (CMDB) Элементы управление уровнем сервисов (SLM) Система предоставления отчетности Портал службы поддержки

Проведение семинаров, повысит уровень руководящих работников в сфере управления информационными ресурсами предприятия. Такие семинары необходимо проводить в специальном центре подготовки специалистов. Для этого необходимо выделять финансовые ресурсы для обучения и повышения квалификации руководящих работников.

Рассмотренный анализ по предприятию ООО «Новая оконная компания» показал, что информация передается горизонтальным способом, отсутствует автоматизированная система обработки и получения информации о заказчиках. Т.е. при поступлении заявки от покупателя, менеджер письменно оформляет заявку, эту письменную заявку передают в отдел снабжения и т.д. Все это замедляет процесс поступления информации, так как автоматизированное поступление информации, смогло бы ускорить этот процесс от отдела сбыта к отделу производства.

Цель предприятия- получение прибыли и удовлетворение потребности населения в пластиковых окнах.

Быстрое и своевременное поступление информации, позволяет работникам ускорить процесс производства и реализации.

Таким образом, если бы на предприятии существовала Централизованная информационная система, то все подразделения имели бы доступ к информации о потребителях, поставщиках, заказчиках, объемов заказчиков, сроки исполнения заказов и др. Так, не приходилось бы отделу сбыта сначала отдавать запрос в отдел снабжения (для того, чтобы узнать о наличии материалов для изготовления изделия), потом этот запрос поступает в отдел производства и т.д. Таким образом, происходит большая трата времени на выполнение заявки.

Для того, чтобы ускорить процесс выполнения заявок, необходимо создать централизованный обмен информацией автоматизированным способом (с помощью ЭВМ).

С помощью такой системы получения и обработки информации, предприятие получит экономическую эффективность за счет : сокращение потерь из-за

некорректного оформления сопроводительных документов на отпускаемую продукцию; сокращение потерь из-за отклонений в целевых ориентирах сбытовой политики. Это позволит повысить товарооборотчиваемость, снижение неликвидных запасов, повышение объема производства и реализации продукции.

Для повышения эффективности управления информационными ресурсами на предприятии, необходимо постоянное повышение уровня руководящих работников, с помощью проведения семинаров.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Наличие хорошо отлаженной автоматизированной информационной системы на предприятии значительно упрощает процесс управления предприятием. Она позволяет вовремя собрать, отсортировать, обработать необходимую информацию и принять верное решение. Иногда, не вовремя принятое решение, из-за недостатка или несвоевременного поступления информации может привести к гибели предприятия. Поэтому необходимо уделять большое внимание созданию и поддержанию эффективного функционирования информационной системы предприятия.

Объектом исследования является предприятие ООО «Новая Оконная компания», занимающаяся производством и установкой окон ПВХ.

Рассмотренный анализ по предприятию ООО «Новая оконная компания» показал, что информация передается горизонтальным способом, отсутствует автоматизированная система обработки и получения информации о заказчиках. Т.е. при поступлении заявки от покупателя, менеджер письменно оформляет заявку, эту письменную заявку передают в отдел снабжения и т.д. Все это замедляет процесс поступления информации, так как автоматизированное поступление информации, смогло бы ускорить этот процесс от отдела сбыта к отделу производства.

Цель предприятия- получение прибыли и удовлетворение потребности населения в пластиковых окнах.

Быстрое и своевременное поступление информации, позволяет работникам ускорить процесс производства и реализации.

Таким образом, если бы на предприятии существовала Централизованная информационная система, то все подразделения имели бы доступ к информации о потребителях, поставщиках, заказчиках, объемов заказчиков, сроки исполнения заказов и др. Так, не приходилось бы отделу сбыта сначала отдавать запрос в отдел снабжения (для того, чтобы узнать о наличии материалов для изготовления

изделия), потом этот запрос поступает в отдел производства и т.д. Таким образом, происходит большая трата времени на выполнение заявки.

Для того, чтобы ускорить процесс выполнения заявок, необходимо создать централизованный обмен информацией автоматизированным способом (с помощью ЭВМ).

С помощью такой системы получения и обработки информации, предприятие получит экономическую эффективность за счет : сокращение потерь из-за некорректного оформления сопроводительных документов на отпускаемую продукцию; сокращение потерь из-за отклонений в целевых ориентирах сбытовой политики. Это позволит повысить товарооборачиваемость, снижение неликвидных запасов, повышение объема производства и реализации продукции.

Проведенная ранговая оценка экспертов показала, что важными экономическими показателями, при централизованной автоматизации системы обработки информации, являются: сокращение простоев, увеличение объемов производства; повышение оборачиваемости оборотных средств, сокращении неликвидных запасов и количества срочных, unplanned закупок; повышение качества анализа производственно-хозяйственной и финансовой деятельности компании.

Для повышения эффективности управления информационными ресурсами на предприятии, необходимо постоянное повышение уровня руководящих работников, с помощью проведения семинаров.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Антикризисное управление/под ред. Г.К. Таля, М.А. Федотовой.-М.: Инфра-М, 2008 г.
2. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности/ Под ред. В.И. Стражева. - Минск: Высшая школа, 2007 г.
3. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория анализа хозяйственной деятельности: Учеб. - М: Финансы и статистика, 2005 г.
4. Бирман Г., Шмидт С. Экономический анализ инвестиционных проектов. - М: Банки и биржи ИО «ЮНИТИ», 2008 г.
5. Быкадоров В. А., Алексеев А. Д. Финансово-экономическое состояние предприятия. Практическое пособие. М.: Приор, 2008.
6. Баланс предприятия ООО «Новая Оконная Компания» с 2007-2009г.г.
7. Грузинов В.П., Грибов В.Д. «Экономика предприятия»/ учебное пособие.- М.: Финансы и статистика, 2005 г.-208 с.
8. Герчикова И.Н. «Менеджмент»/учебник. Москва. «Банки и биржи» «ЮНИТИ», 2008 г.-501 с.
9. Д. Скотт Синг «Управление производительностью» /пер. с англ. –М.: Прогресс, 2008.-528с.
- 10.Ендовицкий Д.А. Комплексный анализ и контроль инвестиционной деятельности: методология и практика. - М.: Финансы и статистика, 2001.
- 11.Коммерческое товароведение и экспертиза: Уч. пособие для ВУЗов / Г. А. Васильев, Л. И. Ибрагимов, Н. Г. Нагапетьянц и др.; Под ред. Г. А. Васильева и Н. А. Нагапетьянца. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2008.
- 12.Отчет о прибылях и убытках предприятия ООО «Новая Оконная Компания» с 2007-2009г.г.
- 13.Петрище Ф. А. Теоретические основы товароведения и экспертизы непродовольственных товаров : учебник / Ф. А. Петрище. - М. : Дашков и К, 2004. - 512 с.

14. Севастьянова А.Е. Информационно-аналитические системы в электронном правительстве региона. Регион: экономика и социология. 2009. № 4. С. 211-227.
15. Современная экономика/ Под ред. О.Ю. Мамедова, издание 2-у, дополненное. Ростов-на Дону «Феникс», 2008г.
16. Теория статистики: Учебник / под ред. Проф. Р. А. Шмойловой. – 3-е изд., перераб. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 560 с.
17. Управление персоналом организации: учеб./под ред. д.э.н., проф. Кибанова А.Я.-М.: Инфра-М, 2006 г.
18. Фатхутдинов Р.А. «Инновационный менеджмент» :учебник для вузов.-3-е изд. ,-М.: ЗАО «Бизнес-школа» «Интел-Синтез», 2008 г. 600 с.
19. Чечеткина Н.М., Путилина Т.И., Горбунова В.В. Товарная экспертиза. Серия «Учебники и учебные пособия». Ростов н/Д: «Феникс», 2007г.
20. Шишкин И.Ф. Метрология, стандартизация и управление качеством: Учеб. для Вузов / Под ред. Акад. Н.С. Соломенко. - М.: издательство стандартов, 2006. - 342 с.
21. Шерешева М.Ю. Информационная инфраструктура розничных сетей в России Российский журнал менеджмента. 2005. Т. 3. № 1. С. 53-74.
22. «Экономика предприятия»: Учебник/ под ред. О.И. Волкова. -М.: ИНФРА-М, 2005 г.-416 с.
23. «Экономика предприятия»: учебное пособие. /под ред. Сергеева И.В. -М.: Финансы и статистика, 2008 г.-304 с.

ПРИЛОЖЕНИЯ 1-5