

## **ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ СИСТЕМАМИ**

### **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

*О.В.Андреева*

*(г.Томск, Томский политехнический университет)*

### **MODERN TECHNOLOGIES AND THEIR IMPACT ON STRATEGIC PLANNING OF THE ORGANIZATION**

*O.V.Andreeva*

*(c.Tomsk, Tomsk Polytechnic University)*

This article discusses the essence of strategic planning and the problem of the impact that modern technology and nnovatsionnyh

В основе стратегического планирования лежит понятие стратегии. В ней отражены основные цели компании, такие как расширение доли рынка, рост прибыли, проведение передовых научно-технических исследований, обеспечивающих высокую конкурентоспособность и т. д. По формулировке А. Чандлера (A. B. Chandler), стратегия есть определение основных долгосрочных целей и задач организации, принятие курса действий и размещение ресурсов, необходимых для выполнения этих целей. Стратегический план отвечает своему назначению, если он обеспечивает возможность сохранения максимальной эластичности поведения фирмы. Он формирует общую идею будущего, не затрагивая его деталей и компонентов. Стратегическое планирование представляет процесс моделирования будущего, включая определение целей и формулировку концепции долговременного развития. Его можно также рассматривать как элемент управленческого процесса, направленного на создание и поддержание стратегического равновесия между целями фирмы, ее потенциальными возможностями и вероятными перспективами развития. Стратегический план обладает гибкостью и допускает:

- а) регулярные корректировки плановых заданий;
- б) пересмотр системы мер по выполнению этих планов на основе непрерывного контроля и оценки происходящих изменений в деятельности фирмы.

Стратегический план должен предусматривать обеспечение следующими видами ресурсов:

- 1) финансовыми, которые необходимы для формирования капитальных и текущих активов; предприятия используют такие источники, как акционерный капитал, банковские кредиты, реализация облигаций;
- 2) человеческими ресурсами, представленными работниками, имеющими профессиональную подготовку; они обеспечивают увеличение прибыльности производимой продукции и осуществляют процесс управления (маркетологи, менеджеры, инженерно-технический персонал и другие служащие); источником этих ресурсов является рынок труда;
- 3) материальными ресурсами – земля, здания, производственные помещения, оборудование, материальные запасы и т. д.;

4) интеллектуальными ресурсами – ноу-хау, патенты, лицензии, бренды, запатентованные дизайны, логотипы, секретные формулы и рецепты, коммерческие коммуникационные сети, базы данных и т. д.

Основой стратегического плана является определение миссии предприятия, его общих целей и глобальных программ деятельности. Цели стратегического уровня относятся к предприятию в целом, по своей природе они носят общий характер, формируются исходя из смысла существования предприятия и определяют его место в бизнес-окружении. В условиях рыночной экономики стратегическое планирование должно осуществляться с учетом воздействия внешней среды, для которой свойственны различного рода быстрые изменения: конъюнктуры, уровня насыщения рынков сбыта, появление новых товаров (услуг). Эти колебания создают высокую степень неопределенности для предприятия при принятии решений. Таким образом увеличиваются хозяйственные риски. Только при наличии стратегического плана можно избежать таких негативных явлений, как ситуация, в которой каждое структурное подразделение компании начинает искать свои пути решения задач, не согласованные с общей деятельностью предприятия. Например, при отсутствии единого стратегического плана может возникнуть рассогласованность целей разных структурных подразделений. Всегда есть опасность превращения стратегического плана в формальный документ бюрократического процесса, когда не проявляются его потенциальные возможности, а участие персонала фирмы в его реализации становится механическим, без творческого достижения целей конкретными исполнителями. Чтобы предупредить такой ход событий, необходимо на всех этапах стратегического планирования принимать соответствующие профилактические меры.

Ценность методов стратегического планирования является особенно высокой при:

- а) сложной внутренней структуре и многообразии видов деятельности предприятия;
- б) значительной неопределенности и интенсивной динамике внешней среды.

Стратегическое планирование позволяет осуществлять более целенаправленное и взаимосвязанное управление ресурсами, снижающее материальные и финансовые потери при достижении целей. При всей несомненной актуальности стратегического планирования, опыт зарубежных фирм показал, что нередко его внедрение в практику управления сопровождалось не только успехами, но и неудачами. Стратегический план является долгосрочной программой действий, в которой учитываются перспективы изменения конъюнктуры рынка, характера конкуренции и сдвиги в собственных ресурсных возможностях. Он представляет собой обобщающую модель поведения предприятия на длительную перспективу. В стратегическом плане определены главные цели предприятия, общие направления деятельности и основные способы их достижения.

Модернизация и технологическое обновление промышленности, инновационное развитие и интенсивный тип воспроизводства определены Президентом РФ и Правительством РФ в качестве основных направлений развития нашей страны. К сожалению, в существующих условиях российские промышленные предприятия не обладают достаточным потенциалом инновационного развития. Это связано со многими факторами, в числе которых ведущие эксперты выделяют отсутствие на российских промышленных предприятиях комплексной системы стратегического планирования, в том числе, планирования инновационной деятельности.

#### **Инновационное развитие промышленности**

В настоящее время планирование инновационного развития промышленности – задача, выполнение которой осуществляется только со стороны государства. По словам известного политика А.Б. Чубайса, инновации не должны внедряться «сверху», но, к сожалению, по-другому они у нас вообще не внедряются. Таким образом, в современных

условиях функционирования и управление российскими промышленными предприятиями невозможно без применения различного методического инструментария, позволяющего эффективно планировать их инновационное развитие.

Вместе с тем, в настоящее время теоретико-методологическое обоснование стратегического планирования инновационного развития российских предприятий и повышения их научного и производственного потенциала разработано еще недостаточно. Относительно недавнее повышение актуальности данного вопроса не позволило в полной мере сформировать комплексный подход к созданию и выбору стратегий, реализация которых позволит перейти к инновационному типу развития.

В связи с этим одной из наиболее актуальных задач современного развития теории управления становится разработка теоретического подхода к планированию инновационного развития промышленных предприятий.

### **Инновационное развитие предприятия с технологической точки зрения**

Разработка теоретического подхода к стратегическому планированию инновационного развития предприятия требует определения понятия «инновационное развитие предприятия». Традиционное рассмотрение данного понятия в большинстве случаев определяет инновационное развитие как внедрение инновационного продукта (продукции или услуг) в состав ассортимента предприятия.

Ряд исследователей рассматривает вопрос несколько шире, рассматривая инновационное развитие предприятия как внедрение инноваций во все сферы его деятельности, и производственную, и обслуживающую, и управленческую. Последний подход представляется наиболее верным, но и он ограничен рядом условий. Автору данной статьи представляется верным рассмотрение понятия инновационного развития предприятия с технологической точки зрения.

Если рассматривать предприятие как совокупность бизнес-процессов: основного (производство продукта), обслуживающих и управленческих, то уровень его развития будет определяться прогрессивностью технологий реализации его бизнес-процессов. Внедрение прогрессивных инновационных технологий является основой инновационного развития предприятия.

При этом следует учитывать иерархию бизнес-процессов. Главенство основных процессов (производство конкурентоспособного, годного к реализации продукта) определяет главенство роли технологии реализации этих процессов в составе всех технологий компании. Это значит, что можно говорить о возможностях инновационного развития предприятия только в случае применения инновационных технологий при реализации его основных процессов. В случае применения прогрессивных и инновационных технологий только для обслуживающих (управленческих) процессов развитие организации не является инновационным.

### **Стратегическое планирование инновационного развития предприятия**

Уточнение рассмотренного выше определения дает возможность определить основные черты теоретического подхода к его стратегическому планированию. Исходя из общепринятых подходов к стратегическому планированию промышленного предприятия и из условий реализации инновационного развития предприятия, можно сделать следующий вывод. Стратегическое планирование инновационного развития предприятия основано на комплексном планировании деятельности по изготовлению конкурентоспособной в долгосрочном периоде продукции с использованием эффективных производственных технологий при помощи прогрессивного оборудования.

Данное условие определяет основные направления стратегического планирования промышленного предприятия. Это формирование ассортиментной (и в ее составе

продуктовых), производственно-технологической и имущественной (ее технической части) стратегий, предполагающих применение прогрессивных или инновационных технологий в процессе своей реализации.

Формирование комплекса перечисленных стратегий осуществляется в рамках разработки стратегии инновационного развития всего предприятия. Ее создание требует выявления ряда характеристик существующих условий, направления развития и желаемого состояния организации. Для этого предприятию необходимо построить вектор своего инновационного развития, выявить этап своего жизненного цикла, сформировать комплекс корпоративной и частных стратегий, определить потенциал инновационного развития.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. ГАРИФУЛЛИН Р.Р. Стратегическое планирование // Политические, социально-экономические и правовые проблемы труда в современной России: сб. статей междунар. науч.-практ. конф. (22 – 23 марта 2005 г.). – Екатеринбург, 2005. – С. 165 – 168.
2. ПЕРЕХОДОВ В.Н. Управление и планирование инновационной деятельностью организаций: автореф. дис. канд. экон. наук. – М., 2003. – 24 с.
3. ХОТЯШЕВА О.Ю Стратегическое планирование инновационной деятельности. Ч. 1. // Менеджмент сегодня. – 2004. – № 4. - С. 8 – 15.
4. Стратегический менеджмент: учеб.пособие / Дегтярева Н.М., Лысова М.Ю., Пипко Е.Г. и др.; Под ред. Пипко Е.Г. – Тольятти: ПТИС МГУС, 2002. – 176 с.

#### **ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ФОРМИРОВАНИИ И ОЦЕНКЕ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ**

*Т.Г. Маклакова , Г.О. Могильницкая  
(г.Томск, Томский Политехнический университет)*

#### **INFORMATION TECHNOLOGY IN THE DEVELOPMENT AND EVALUATION OF IMAGE OF THE ORGANIZATION**

*T.G. Maklakova, G.O. Mogilnitskaya  
(c.Tomsk, Tomsk Polytechnic University)*

This article is devoted the development of information technologies in marketing, particularly in the process of forming the image of the organization. It describes the main ways to use modern technologies such as specialized software programs, internet, tv, etc.

В 21 веке активно происходит информатизация всех сфер жизнедеятельности общества. Социальное и экономическое развитие того или иного субъекта во многом зависит от масштабов и качества использования им информационных технологий.

Под информационными технологиями понимается система методов и способов сбора, передачи, накопления, обработки, хранения, представления и использования информации. Сюда входят:

- телефонные сети, в том числе видеотелефонная связь, компьютерная телефония, интернет телефония(IP-телефония), сотовая связь;