

моменты процессов их разработки и внедрения. То же можно сказать и об уровне затрат на работы данного направления, значительность которых невольно заставляет задуматься о необходимости разработки стратегии управления этим процессом и оценки каждого этапа внедрения ИС.

ЛИТЕРАТУРА

1. Багиев Г.Л. Маркетинг: Информационное обеспечение. Бенчмаркинг. Диагностика - СПб: СПбГУЭФ, 2009.
2. Баззел Р.Д., Кокс Д.Ф., Браун Р.В. Информация и риск в маркетинге. – М.: Финстатинформ, 2010.
3. Ванифатова М.М. Системы маркетинговой информации: современные мировые тенденции развития и особенности российского рынка. // Маркетинг в России и за рубежом. – 2002. - № 1
4. Токарев Б.Е. Методы сбора и использования маркетинговой информации. – М.: Юристъ, 2011.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИИ В ИЗМЕНЕНИИ УПРАВЛЕНИЕМ ОРГАНИЗАЦИИ

Ю.И.Дьяченко, В.О.Хорева
(г. Томск, Томский политехнический университет)

USE OF INFORMATION IN THE CHANGE CONTROL ORGANIZATION

Y.I.Djuachenko, V.O.Khoreva
(с. Tomsk, Tomsk Polytechnic University)

Abstract: this publication is dedicated to the problem of managing change in organizations. It is proved that the exchange of information in the most affected by the process of implementing changes in the organization. Need to talk about the issues of communication, since the study of emerging issues is very useful.

Актуальность данной темы заключается в приобретении опыта внедрения изменений в различных организациях, с выдвижением на первый план проблемы коммуникаций. Хотя существование этих проблем очевидно, известно очень мало серьезных исследований, направленных на выявление эффективных способов их решения.

Целью данной статьи является определение методов управления процессом изменений, распространение информации и рекомендации по успешному изменению в организации.

Всякое изменение — это сложный процесс. Нельзя давать инструкции, как следует руководить изменениями в организации. Не существуют специальные шаблоны проведения изменений и готовых решений проблем. Для осуществления изменений в организации необходима совместная работа лидера, менеджеров и сотрудников организации. [1]

Основные принципы управления процессом изменений.

Необходимо знать и не забывать несколько принципов управления процессом изменений. Перечислим некоторые из них:

Во-первых, следует согласовать процессы и методы изменений с управленческими процессами и обычной деятельностью в организации. Вероятна борьба за ограниченные ресурсы. Людей могут эксплуатировать для планирования перемен или же для выполнения нынешних дел. Данная проблема становится острой в тех организациях, в которых происходят большие изменения. При массовом производстве, если переход к новым технологиям требует значительного преобразования цехов и процессов производства, и вопрос заключается в том, как достичь этого без значительных потерь в производстве. [4]

Во-вторых, руководителю, следует определить в какой степени, в каких мероприятиях, в какой форме должен принимать участие. Главное условие – важность выполняемых действий и их сложность. В крупных компаниях руководители не могут сами принимать участие в изменениях, все-таки некоторыми изменениями должны руководить лично либо найти способ проявления и оказания управленческой поддержки. Важным мотивом для осуществления перемен служит поощрение со стороны руководства.

В-третьих, следует скоординировать друг с другом процессы реорганизации. Сложности могут возникнуть в крупной организации, нежели в небольшой. Зачастую разные отделы организации работают над аналогичными вопросами. Например, внедрение новой технологии обработки информации. Так же эти отделы могут вносить предложения, не вписывающиеся в стандартные методики и общую политику руководства или предъявлять к ресурсам большие требования. Возможно и такое, что один отдел предложил такие нововведения, в которых следует убедить других, при этом придется отказаться от уже существующей системы. В данных ситуациях необходимо вмешательство руководства с соблюдением такта.

В-четвертых, управление изменениями включает в себя финансовые, политические, психологические, человеческие, методические, структурные и технологические аспекты. Именно это осложняет обязанности руководителя, так как в принятии этих решений принимают участие специалисты, пытающиеся навязать на многостороннюю, сложную проблему свой ограниченный взгляд.

В пятых, в управлении изменениями рассматриваются различные подходы и способы вмешательства помогающие начать работу в правильном направлении, систематически справляться с сопротивлением, добиться поддержки в осуществлении необходимых перемен.

Следует отметить, что проводить изменения не следует в том случае, когда сопротивления достаточно увеличены или же наоборот - сокращены, цели не будут достигнуты. Но, если эти силы управляемые, может возникнуть другая проблема – разработка методов преодоления или сокращения сопротивления переменам. [3]

Эти методы включают в себя:

- Представление информации и пояснение сущности перемен. Для увеличения информированности сотрудников необходимо улучшить коммуникации в организации. Под этим подразумевается обсуждение и рассмотрение новых предложений и идей, демонстрация информации о последствиях перемен и проблемах в организации. Это поможет убедиться сотрудникам в необходимости этих изменений до того, как они будут осуществлены;
- Вовлечение сотрудников к принятию решений. Такой подход сделает работников участниками решения проблем, даст возможность понять необходимость перемен, также

перенаправит их внимание на путь лучшего осуществления этих перемен, сделав их заинтересованными сторонниками изменений в организации;

- Оказание поддержки работникам в приспособлении к новой обстановке. Она выражается в интересе к сотрудникам, их страхам, трудностям. Так же это может выражаться в необходимости повышения квалификации или в получении дополнительного профессионального образования;

- Для одобрения чего-то нового необходимо проведение переговоров и соглашений. Люди соглашаются в обмен на выгоды и льготы, например: обещание сохранить коллектив, новая должность, дополнительная оплата и другие привилегии;

- Предоставление права принятия решений негативно настроенному сотруднику о введении новшеств и их осуществлении;

- Составление точного графика мероприятий, оказывающих воздействие на работников, выборочное предоставление информации, и ее дозирование и выдача желаемого за действительное;

- В случае, когда коммуникации между сторонами не оправдали желаемого, тогда в ход идет принуждение. Сотрудники попадают под угрозу увольнения, лишения перспектив по карьерной лестнице и понижения заработной платы. На этом этапе подкрепляется новое поведение, отношения на основе сосредоточения внимания на высоких результатах. Новизна становится устойчивой и привычной. Сотрудники могут окончательно убедиться в том, что изменения выгодны не только организации, но и им лично. Возможные способы поощрения: продвижение по службе, повышение заработной платы за увеличение производительности и качества.

Успешное изменение в организации может быть достигнуто, если менеджер:

- Проводит анализ, который позволяет обозначить проблемы в текущей ситуации, понять возможные причины, по которым возникла данная ситуация. Проведение анализа позволяет определять важность проблем, время, которое будет потрачено на их решение;

- Осуществляет анализ факторов. Они необходимы для осуществления требуемых перемен. Менеджеру необходимо концентрироваться на следующих вопросах: кто может быть против изменений, чья понадобится помощь для осуществления изменений, как эти изменения осуществить и т.д.;

- Выберет стратегию изменений, основанную на предыдущем анализе. Данный выбор конкретизирует темп и скорость изменений, определяется диапазон предварительной работы: планирование, степень вовлеченности других сотрудников;

- Наблюдает за процессами осуществления изменений. На первоначальных этапах возможно возникновение неожиданных проблем как бы хорошо ни были выбраны стратегия и тактика изменений. Чтобы этого не возникало, необходимо тщательное управление процессом. [2]

Основные изменения в организации обусловлены реакцией компании на развитие окружающей среды (связи, требования и возможности). Предприятия вынуждены постоянно приспосабливаться к среде, в которой существуют. Сами они также генерируют изменения во внешней среде, разрабатывая и выпуская на рынок новые товары и технологии, которые становятся доминирующими и находят широкое распространение.

ЛИТЕРАТУРА

1. Королев Л.М. Психология управления: Учебное пособие.- М: Дашков и К, 2011 г. - 188 с.
2. Маслова В.М. Управление персоналом предприятия: учебное пособие. – М: Юнити-Дана, 2012 г. – 222с.
3. Организационное поведение: учебное пособие / Под ред. А.Н. Седых. - М.: Издательство Московского государственного открытого университета, 2011 г. - 164 с.
4. Основы менеджмента/ Под ред. Д. Д. Вачугова. - М.: Высшая школа, 2001. – 184 с.

ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННО – КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА СИСТЕМУ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ И МЕНЕДЖМЕНТ В ЦЕЛОМ

Т.В.Евтушенко

(г. Томск, Томский политехнический университет)

INFLUENCE OF INFORMATION - COMMUNICATION TECHNOLOGIES ON MANAGEMENT SYSTEM ORGANIZATION AND MANAGEMENT IN GENERAL

T.V.Evtushenko

(с.Tomsk, Tomsk Polytechnic University)

XXI century - a century of innovative technologies, the age of information and constant communication, the age of technology, when, sometimes, the machine "thinks" for you. This article explores the role of information - communication technologies in management, assesses the degree of their importance within the organization improve management efficiency and the success of its development and growth.

В наше время, время вычислительной техники и машин, информация стала одним из главных «товаров потребления» и товаров пользования как людьми в быту, так и предприятиями в своей работе. Информационно – коммуникативные технологии стали не только одним из главных стратегических ресурсов, встав в один ряд с материальными и энергетическими, но и главным средством повышения конкурентоспособности всякого предприятия и увеличения эффективности при управлении им.

Информационно – коммуникативные системы и технологии помогают менеджеру реализовывать свои решения. Но, кроме того, эти технологии и сами вносят изменения и в предприятия, и правительственные организации, диктуя свои условия и преобразовывая методику управления предприятием.

Главной задачей любого менеджера является принятие решений. Любое решение в сфере управления имеет 3 компонента – это информационный источник, адресат и последствия этого решения.

Существует 3 основных информационных источника в сфере управления предприятием:

1. Внешний источник, мир, вокруг менеджера (конкуренты, государство, партнеры, клиенты) – плохо контролируется, поставляет неполную, недостоверную или ложную информацию в любое удобное ему время;

2. Организация, предприятие (исполнители и руководители) – возможно контролировать, но не со 100%-тной гарантией, предоставляемая информация субъективна, требует проверки и уточнения;