

УДК 685.5

С.В. Омельченко

ИНФОРМАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК ЧАСТЬ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ АВТОМОБИЛЬНОГО БИЗНЕСА

Аннотация. Рассмотрены основные направления применения информационного менеджмента в автомобильном бизнесе.

Ключевые слова: информационный менеджмент, автомобильный бизнес

Sergey Omelchenko

INFORMATION MANAGEMENT AS PART OF ENTERPRISE MANAGEMENT SYSTEM AUTOMOTIVE BUSINESS

Annotation. Disassembled main areas of application of information management in the automotive business.

Keywords: information management, the automotive business

Менеджмент – это процесс, направленный на достижение целей организации посредством упорядочения преобразований исходных субстанций или ресурсов (труда, материалов, денег, информации и т.п.) в требуемые результаты (изделия, услуги). Как известно, менеджеры воздействуют прежде всего на главный элемент организации – людей, координируя их деятельность. Эффективность менеджмента определяется как соотношение результатов работы и использованных для их получения ресурсов. Менеджеры, осуществляющие управление, не имея научных знаний, вынуждены полагаться лишь на опыт, интуицию и везение. Однако опыта многим из них не хватает. Менеджеры лучше руководят и достигают более высоких результатов, если владеют теорией менеджмента и умело применяют свои знания на практике.

Менеджмент предназначен для решения практических задач. Он нацелен на исследование и разработку правил эффективного управления с целью достижения высоких результатов, являющихся критерием его качества. Отсюда вытекают следующие требования к теории менеджмента:

- 1) предоставлять работникам, занятым практической деятельностью, знания, помогающие им повысить уровень управления;
- 2) способствовать повышению квалификации менеджеров и особенно подготовке претендентов на эти должности;
- 3) определять области и проблемы, требующие дальнейшего изучения и разработки в целях содействия развитию познавательной базы.

Технология – это формализованное описание деятельности, включающее набор ресурсов, инструментов, приемов их использования, и способов организации производства, необходимое и достаточное для воспроизводства процесса получения определенных продуктов, предметов, услуг, изменений или любых иных значимых результатов с заранее заданными параметрами. На основе данного определения можно выделить по меньшей мере три дополняющих друг друга *группы технологий*:

- 1) *ресурсные* (отличающиеся друг от друга тем, какие ресурсы используются для производства конкретного продукта);
- 2) *инструментальные* (отличающиеся набором используемых орудий труда);
- 3) *управленческие* (отличающиеся способами организации производственного процесса).

Сегодня есть все основания рассматривать информационные технологии как неотъемлемый компонент технологий управленческих. Практически все вновь формирующиеся структуры коорди-

нации человеческой деятельности, например офисные системы, строятся на основе новейших телекоммуникационных систем и оснащенных современными компьютерами ресурсных центров.

Да и вполне традиционный управленец не мыслит сегодня своей работы без компьютера на столе. Можно дать длинный перечень элементов новых управленческих технологий, проникающих и в культурную сферу благодаря сети интернет. Среди этих элементов:

- средства оперативной коммуникации (электронная почта, списки рассылки, новостные разделы сайтов);
- распределенные ресурсы и средства доступа к ним (базы данных, порталы, терминалы компьютерных сетей);
- средства координации деятельности (электронные доски объявлений, форумы, электронные опросы);
- формы обратной связи и организации сотрудничества (гостевые книги, телеконференции);
- средства производства (инструментарий поиска ресурсов и партнеров, стандартные и специализированные программные средства).

Информационный менеджмент в широком понимании – это управление информационными ресурсами предприятия с целью создания, обработки и рационального использования информации статистического, финансового и управленческого характера [1]. Управленческая деятельность начинается со сбора, накопления и переработки информации, т.е. совокупности упорядоченных и «отфильтрованных», но несвязанных данных (сведений), представленных вне контекста, о процессах, протекающих в организации и ее окружении и способствующих преодолению неопределенности. Она может приниматься менеджерами к сведению, расширять их знания и кругозор, служить в дальнейшем основой принятия решений.

Можно выделить следующие типы информации:

- 1) структурная (элементарная) информация объектов неживой природы, отражающая их основные характеристики;
- 2) структурная информация биосистем, передаваемая по наследству через генетический код;
- 3) информация биологической жизнедеятельности, позволяющая осуществлять саморегулирование;
- 4) поведенческая информация, позволяющая субъекту сознательно реагировать на воздействие внутренних и внешних факторов;
- 5) интеллектуальная информация;
- 6) поведенческая и интеллектуальная информация составляют основу принятия управленческих решений.

Без информации невозможна совместная работа в условиях разделения труда. Нехватка нужной информации, как и избыток ненужной, дезориентирует любую хозяйственную деятельность. Существует прямая связь между информативностью и степенью удовлетворения трудом. Так, хорошо информированные сотрудники довольны своей работой почти в 70 % случаев, в то время как плохо информированные – только в 41 %.

Разберем место информационного менеджмента среди других видов менеджмента (см. рис. 1).

Производственный менеджмент включает в себя управление основными, вспомогательными и обеспечивающими процессами, в результате которых производятся товары, поставляемые организацией на рынок. **Управление маркетингом** проявляется в изучении рынков, сложившейся и перспективной конъюнктуры, созданием каналов сбыта, формированием ценовой политики, рекламной деятельностью. **Финансовый менеджмент** направлен на управление движением финансовых ресурсов и управление финансовыми отношениями, возникающими между хозяйственными субъектами в про-

цессе движения финансовых ресурсов. **Управление персоналом** направлено на планирование трудовых ресурсов; отбор персонала; оценку кадров и отбор лучших из резерва, созданного в ходе набора; определение заработной платы и льгот; профессиональную ориентацию и адаптацию, обучение и повышение квалификации, оценку трудовой деятельности. **Инновационный менеджмент** осуществляет управление нововведениями. **Информационный менеджмент** является связующим звеном между всеми видами менеджмента, указанными выше. Он обеспечивает процесс принятия решения, помогает управлять предприятием, осуществляет планирование и контроль деятельности сотрудников.

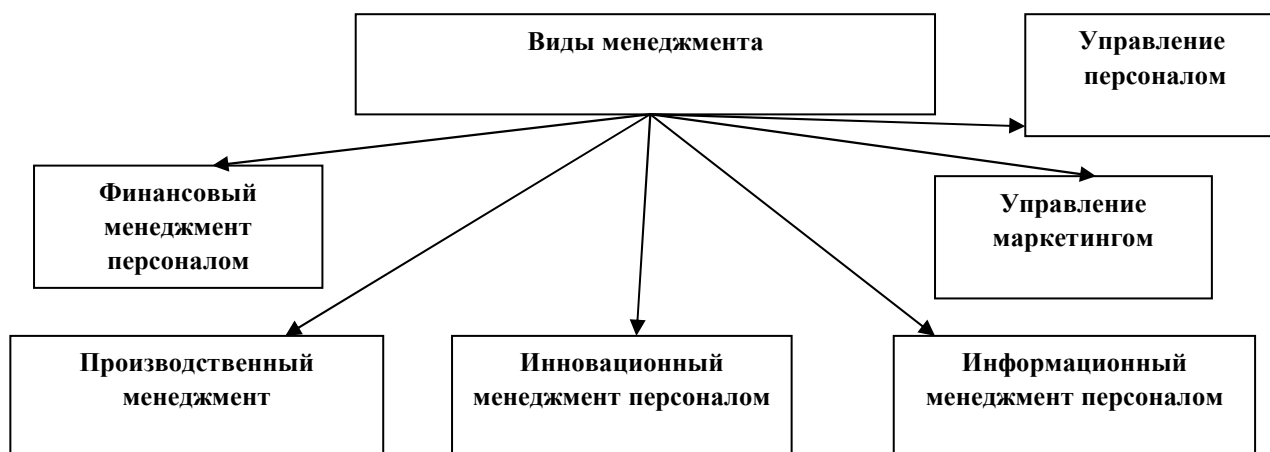


Рис. 1. Виды менеджмента предприятия

На практике сложилось несколько подходов к информационному менеджменту, ставящему во главу угла разные факторы:

- 1) Экономический – соотношение затрат на получение информации и выгод, связанных с обладанием ею.
- 2) Аналитический – потребности в информации.
- 3) Организационный – влияние информации на внутренние процессы.
- 4) Системный – взаимосвязь всех аспектов деятельности организации как единого целого.

Ускорению кругооборота информационных потоков, экономии затрат на обмен информацией способствует информационная инфраструктура – определенная система организации экономических субъектов и механизмов, обеспечивающих информационное пространство. Посредством нее потребителям предоставляются информационные услуги, под которыми понимается деятельность по поиску, сбору, обработке и хранению информации. Они оказываются посредством предоставления:

- информации и программных продуктов;
- технических средств (компьютеры, телекоммуникационное оборудование);
- сопровождения информационных систем (обследование фирм для выявления информационных потоков, разработка концептуальных информационных моделей, создание и сопровождение баз данных и пр.);

Можно выделить несколько задач информационного менеджмента в управлении предприятием автомобильного бизнеса. Самые основные из них [2]:

- сбор и обработка статистической информации о проданных автомобилях;
- прогнозирование спроса на различные модели производителя автомобилей;
- подготовка аналитических материалов для руководства предприятия;
- сбор и обработка статистической информации об оказанных сервисных услугах;

– опыт эксплуатации автомобилей конечными потребителями.

Внедрение и дальнейшее использование предприятиями автомобильного бизнеса методов информационного менеджмента позволит быстрее приспособиться к быстро изменяющимся условиям внешней среды.

Библиографический список

1. Гринберг, А. С. Информационный менеджмент / А. С. Гринберг, С. А. Король – М. : ЮНИТИ, 2003. – 415 с. – ISBN 5-238-00614-4.
2. Гусев, С. А. Менеджмент в автомобильном бизнесе и техническом сервисе : учебное пособие. / С. А. Гусев. – 2-е изд., исп. и доп. – М. : Изд-во РГТЭУ, 2013. 120 с. – ISBN 978-5-905948-37-4.