

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Состояние экономической системы, на уровне государства или в мировом масштабе, характеризуется формирующим ее обществом. Так можно выделить:

– Аграрное общество, которое можно охарактеризовать, как “Создание элементарных средств существования”;

– Индустриальное общество, попытавшееся создать коммунистическую систему плановой экономики в рамках СССР, и сформировавшее капиталистическую экономику “за бугром”;

– Сегодняшнее состояние Мировой Экономической системы характеризуется информационным или постиндустриальным обществом.

Формирование нового общества, в данном случае информационного, обуславливается появлением в индустриальном обществе качественно новых производственных и социальных процессов. Львиная доля процессов, повлекших формирование информационного общества, принадлежит информационным технологиям (ИТ). Только в 1990 г. объем мирового потребления ИТ достиг 2 трлн дол. [1].

Что касается Украины, то ситуация довольно плачевная, в то время как зарубежные предприятия уже давно внедряют и используют ИТ для развития, отечественные предприятия с успехом используют достижения НТП для украшений на столах, для respectable вида и т.д. Хотя ранее говорилось, что экономическую систему формирует общество, предприятиям не следует воспринимать эту фразу как призыв к ожиданию, пока сформируется информационное общество Украины. Ведь суть информационного человека заключается не в ожидании информации, а в ее поиске и быстром анализе. Украинским предпринимателям просто недопустимо “закрывать глаза” на существующие проблемы и тенденции в рамках ИТ.

* Студент экономико-правового факультета ОНУ им. И. И. Мечникова.

В общем случае для отечественных предприятий можно выделить две проблемы, нерешение которых сегодня может повлечь серьезные последствия завтра и еще больше увеличит время отставания Украины от развитых стран.

– Обмен информацией с внешней средой, интегрирование компьютеризированного делопроизводства и Интернет;

– Выявление и упорядочивание всех информационных потоков, организации реинжиниринга, бизнес-процессов, построение автоматизированной системы управления предприятием (АСУП).

Кто-то может посчитать эти проблемы не актуальными на сегодняшнем этапе развития Украины, поскольку информационные ресурсы не заняли должного места в системе ресурсов предприятия, и руководство не имеет опыта работы с большими потоками информации и таким образом не видит рациональности в применении ИС в рамках предприятия.

Для того, чтобы определить какой положительный эффект может произвести ИС в организации, необходимо пройти весь путь от внедрения ИС до ее использования в производственном процессе с выделением положительных и отрицательных моментов.

Внедрение ИС или автоматизация управленческой деятельности предприятия — процесс индивидуальный и сложный, требующий немалых финансовых и временных затрат, а также требующий взаимодействия между отделами организации. Поэтому для получения положительных результатов вследствие внедрения АСУП необходимо отнестись к проекту со всей ответственностью перед сложным преобразованием.

Хотя процесс внедрения ИС является индивидуальным, некоторые его этапы можно выделить как общие для большинства предприятий.

Перед внедрением ИС необходимо проведение исследовательской работы в рамках предприятия. Исследовать все финансово-хозяйственные процессы организации и соответствующие им потоки информации. По результатам исследований выбрать нерентабельные и подлежащие реконструкции. Проведенная исследовательская работа позволит построить наглядную схему орг-штатной структуры предприятия. Формирование орг-штатной структуры есть необходимым, но недостаточным условием особенно в условиях динамично изменяющегося, диверсифицированного бизнеса. Огромную

роль играет система взаимодействия элементов орг-штатной структуры, в которой выделяют с учетом развития современных технологий пять аспектов [2]:

- Административный;
- Финансовый;
- Материальный;
- Информационный;
- Коммуникационный;

Также необходимо проведение реорганизации предприятия. В зависимости от конкретного случая реорганизация может быть проведена полностью или частично. Поэтому необходимо полное обследование предприятия во всех аспектах его деятельности, что также можно использовать для выявления необоснованных затрат в орг-штатной структуре. Внедряемая АСУ должна поддерживать средства для работы с документационным оборотом организации. Что автоматически приводит к реинжинирингу в системе менеджмента.

Изменения, вносимые системой автоматизации, приводят к новым технологиям работы с информацией. После чего руководитель способен получать актуальную, достоверную и своевременную информацию без влияния человеческого фактора, что повышает объективность видения проблем. Также формируется платформа, основываясь на которую, руководитель способен принимать те или иные решения, естественным образом улучшая качество менеджмента.

Эффективно внедренная ИС дает возможность представить каждое функциональное подразделение организации как центр финансового учета, где его руководителю формируется четкая, соответствующая уровню, ответственность. Сформировать окончательную структуру, определить цели и детализировать функции подразделений возможно с помощью функционального моделирования бизнес-процессов. Моделирование можно осуществлять по средствам диаграмм потоков данных (DFD — Data Flow Diagramm). Для элементов DFD-диаграмм могут использоваться нотации Йордона — Де Марко или обозначения SSADM, OMT, нотация Гейна — Сарсона и др.. Т.к. они не обладают какими-то принципиальными отличиями.

CASE-системы¹ поддерживают несколько нотаций DFD. К примеру, система компании Sybase — Power Designer, составными частями которой есть модули [3]:

¹ Инструментальные средства проектирования.

– Process Analyst — построение DFD на основе вышеупомянутых нотаций;

– Data Analyst — построение диаграмм “сущность-связь” и преобразование диаграммы в реляционную модель;

– Application Modeller — среда, используемая для генерации приложений;

Физическое внедрение ИС (компьютерные технологии, программное обеспечение и т.д.) обычно вызывают сопротивление сотрудников на местах. В большинстве случаев это вызвано протеканием в организации таких социально-психологических процессов:

– Увеличение нагрузки на персонал связано с тем, что в процессе внедрения ИС сотрудникам необходимо приобретать навыки работы с новой системой, и одновременно продолжать выполнять обязанности по старой схеме, поддерживая бумажный документооборот и сопутствующие ему процессы.

– Некомпетентность в области компьютерных технологий. Обычно люди в возрасте от 30 лет, не имевшие опыта работы с компьютером и т.п., испытывают боязнь и нежелание работать с новыми технологиями.

– Опасения за рабочие места. Вызвано непониманием того, что происходит на предприятии. Компьютерные технологии призваны улучшить качество выполняемых операций, уменьшить время, затрачиваемое сотрудником на каждую операцию, повысить производительность сотрудников, а не повышать прибыль организации за счет сокращения рабочих мест.

Успешное решение социально-психологических факторов прямо пропорционально зависит от используемых технологий менеджмента. В некоторых случаях достаточно проведения ряда разъяснительных мероприятий, а иногда требуется мотивирование персонала к положительной реакции на процесс внедрения ИС.

Сегодня развитие электронной коммерции (ЭК) позволяет представить Интернет не только как средство продажи товаров, а создает принципиально новые виды товаров — информацию в электронном виде. Применение Интернет как средства розничной электронной торговли привело к ориентированию ЭК на массового потребителя. По приблизительным подсчетам количество пользователей в Интернет на 1999 г. составило 210 млн человек [4]. Эти цифры позволяют говорить о Мировом рынке потребителей и открывают перед произ-

водителем неограниченные (в рамках законодательства) возможности. В ЭК выделяют пять аспектов деятельности [5]:

– Реклама как способ привлечения пользовательского внимания к коммерческому сайту;

– Представление товара, показ продукции средствами Интернет;

– Проведение операций (покупки), обязательно быстрое и безопасное;

– Послепродажная поддержка;

– Построение отношений, развитие у клиента приверженности к марке и стремление вернуться за новыми покупками.

Реализация этих аспектов при помощи Интернет обусловлена предъявлением повышенных требований к каждому из аспектов. К примеру, привлечь внимание пользователя к рекламе своего продукта в Интернет более сложно, чем при традиционных видах рекламы (телевидение, полиграфия и т.д.). Огромное значение имеет представление товара потребителю, т.к. отсутствуют визуальные отношения между потребителем и товаром. Защита операций, послепродажная поддержка и построение дальнейших отношений требуют в сети максимального внимания.

Но использование только Интернет не даст тех эффектов, которые хотелось бы видеть. Быстрое и динамическое изменение рынка требует интеграции Интернет, информации и компьютеризированного делопроизводства. На основе ИТ (Локальные, Глобальные, Интранет сети и т.д.) можно повысить выгоду предприятия, заключающуюся в повышении продуктивности работников, т.к. время на выполнение информационной и документооборотной работы сокращается до минимума.

Использование Интернет магазина позволяет сократить:

- Время поставки товара;
- Затраты на транспортировку товара;
- Затраты на хранение готовой продукции на складах;
- Затраты, связанные с простоем товара в магазинах.

Хотя электронная коммерция в настоящий момент находится в детской стадии развития и все возможности ее полноценного использования еще впереди. Тенденции систем, работающих с информацией, уже переступили в эпоху беспроводных коммуникаций и услуг.

Использование WAP² пользователями мобильных телефонов,

² Wireless Application Protocol — Протокол беспроводных приложений.

позволяет получить доступ к Интернет-сервисам пока банков, авиакомпаний и провайдерам информационных услуг (новости, репортажи, игры и т.д.).

Для пользователей выгода использования беспроводных систем (мобильных телефонов, портативных компьютеров и т.д.) очевидна. On-line услуги, предоставляемые банками на основе домашних ПК, привязывает пользователя к месту, в то время как пользователь мобильного телефона может осуществлять те же функции в рамках зоны приема сигнала телефоном. Нет необходимости регистрироваться на Web-узлах, загружать браузер и т.д., достаточно нажатия клавиши на телефоне. Хотя банки, уже внедрившие поддержку для мобильных пользователей (Handelsbanken, Banesto) [6], предоставляют им только часть услуг. Этот недостаток связан еще с недолговременностью использования и единичным внедрением систем беспроводной коммуникации.

Литература

1. Гринев В.Ф. Инновационный менеджмент. — К., 2000.
2. Колесников Сергей. Современные технологии для работы со структурами организации.
3. Web-сервер компании Sybase (<http://www.Sybase.ru>).
4. www.nua.ic/surveyes/how-many-online/.
5. Соколова А.Н., Геращенко Н.И. Электронная коммерция: мировой и российский опыт. — М., 2000.
6. Журнал "MOBIL RADIO № 5(14)/2000"

Дополнительная литература

1. Верников Геннадий. Руководителю предприятия. Внедрение системы автоматизации, основные проблемы и задачи.
2. Грир Тайсон. Сети Интранет, Microsoft corporation, 1998.
3. Козье Дэвид. Электронная коммерция, Microsoft corporation, 1998.
4. Уткин Э.А. Бизнес реинжиниринг обновление бизнеса. — М., 1998.