

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

И.С. Матвеев

(г. Томск, Томский политехнический университет)

INFORMATION SUPPORT OF STRATEGIC PLANNING AT THE ENTERPRISE

I.S. Matveev

(Tomsk, Tomsk Polytechnic University)

In the domestic economy one of the key internal factors of difficulties in dealing with management issues is the lack of complete information about the current status of the external and internal environments, promising directions of development of the company, which is a consequence of the ineffective organization of the information security management.

Management, strategic planning, organization. information support.

Развитие современной Российской экономики в условиях рыночной экономики требует несколько пересмотреть функционирование хозяйственного механизма. Новые отношения в экономике заставляют менять шаблонные управленческие методы, требуют решения проблем с помощью комплексного подхода, обусловленных как внутренними, так и внешними факторами. Основными внешними факторами следует считать интенсивность макроэкономической ситуации в России, увеличение влияния на экономику России процессов которые происходят в международной финансово-экономической сфере, обострение внутреннего конкурентного положения, а также неясность в правовой сфере менеджмента организации.[2]

Согласно системе стратегического планирования, руководители, в процессе принятия тех или иных решений опираются на информацию за определенный период, которая, представляется в виде рекомендаций матриц и моделей стратегического анализа, исследований возможностей и угроз, сильных и слабых сторон организации, а также на информацию о внутреннем состоянии компании, наличии всевозможных стратегических резервов и т.д.

Анализ различной литературы по стратегическому планированию свидетельствует о том, что обеспечение компании информацией в процессе стратегического управления и планирования должно осуществляться на всех стадиях без исключения.[1]

1. Определение миссии и целей.

На данном этапе используется общая информация о среде, которая окружает организацию, потенциальных рынках, собственных ресурсах, наличии ниш рынка.

2. Анализ окружающей среды.

При анализе окружающей среды используется информация о возможностях и угрозах, сильных и слабых сторонах организации.

3. Анализ стратегического положения компании на рынке.

Здесь оценивается привлекательность той или иной ниши рынка и динамики ее развития, оценка доли рынка, рентабельности, жизненного цикла и т.д.

4. Выбор стратегии.

На данном этапе используется информация стратегического анализа, личный опыт руководителя, советы специалистов, информация по закрытым каналам.

5. Оценка выбранной стратегии.

Используется информация о соответствии выбранной стратегии, ее жизнеспособность (могут быть использованы данные стратегического анализа)

6. Выполнение стратегии и контроль

На этапе выполнения и контроля используется информация о результатах деятельности компании на рынке, которые стали следствием выполнения стратегии; о ходе и мероприятиях внутри компании, связанных с выполнением стратегии.[3]

Учитывая специфику стратегического планирования, данные об окружающей среде организации, которую руководители используют для принятия решений, следует разделить на внутреннюю и внешнюю. К внешней информации относится информация о всех участниках того или иного рынка, а также информация о непосредственном окружении организации.

Таким образом, информационное обеспечение стратегического управления и планирования в общем виде строится с использованием вышеизложенных показателей, которые и являются стратегической информацией.

ЛИТЕРАТУРА

1. Блинов А.О. Управление изменениями. – М.: Дашков и К, 2014. – 304 с.
2. Информационное обеспечение стратегического управления и планирования [Электронный ресурс] // 2015. URL: <http://www.strategplann.ru/strategic-planning/information-support-of-strategic-management-and-planning.html> (дата обращения: 16.03.2016)
3. Хангер Дж.Д. Основы стратегического менеджмента. –М.: Юнити-Дана, 2012. – 667 с.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Е.А. Ваняшина

(г. Томск, Томский политехнический университет)

SOCIAL NETWORKS AS AN INNOVATIVE TOOL OF PERSONNEL MANAGEMENT

E.A. Vanyashina

(Tomsk, Tomsk Polytechnic University)

The question of use of social networks as the new tool of information technologies directed on the decision of some modern problems of management is considered in the article. In this article, social networks are considered as a tool for human capital management.

Key words: HR, Internet, social networks, personal, management

Жизнь современного человека сегодня уже трудно представить без Интернета. Число пользователей по всему миру стремительно растет. В настоящее время в мире насчитывается 3,2 миллиарда пользователей интернета в мире (всё население Земли составляет 7,2 миллиарда человек). Почти половина из них проживает в странах Азиатско-Тихоокеанского региона. Вместе с тем последние данные показывают, что рост использования интернета замедляется и в глобальном масштабе в 2015 году составил 6,9% (в 2014 году – 7,4%).

Топ - 10 стран по числу интернет - пользователей: Китай - 668 млн, Индия - 350 млн, США - 277 млн, Япония - 110 млн, Бразилия - 110 млн, Россия - 87,5 млн, Германия - 72 млн, Индонезия - 71 млн, Нигерия - 70 млн, Мексика - 59 млн [1].