

УДК 658.14/17

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРИНЯТИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ НА ПРИМЕРЕ СПК «КОЛХОЗ ИМЕНИ КАЛИНИНА» ВЕШКАЙМСКОГО РАЙОНА УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

*Кузнецова А. М., студентка 2 курса экономического факультета
Научный руководитель – Заживнова О.А., кандидат
экономических наук, доцент
ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ*

***Ключевые слова:** Информационные технологии, программное обеспечение, техническое обеспечение, управленческие решения.*

Работа посвящена разработке процесса принятия управленческих решений в деятельности СПК «колхоз имени Калинина» на основе современных информационных технологий.

Эффективность деятельности предприятий зависит от качества управленческих решений. Это определяет важность овладения каждым ответственным работником аппарата управления, а тем более руководителями, теоретическими знаниями и навыками разработки управленческих решений.

Разработка эффективных решений – основополагающая предпосылка обеспечения конкурентоспособности, создания положительного имиджа продукции и фирмы на рынке.

Цель работы сводилась к рассмотрению и разработке управленческих решений в деятельности СПК «Колхоз имени Калинина» на основе современных информационных технологий.

В соответствии с целью поставлены следующие задачи:

- создание матрицы БКГ с использованием программы MS Excel от компании Microsoft;
- сравнение с конкурентами с использованием онлайн сервиса бенчмаркетинга от компании Мастерпланс;
- проведение SWOT анализа с использованием онлайн-сервиса от компании Мастерпланс.

Для того, чтобы оценить уровень конкурентоспособности предприятия и выработать эффективную стратегию, было выбрано 4 конкурента (включая исследуемое предприятие): СПК «Колхоз им. Калини-

на»; СПК «Первомайский»; СПК «Колхоз имени Кирова»; СПК «Родина». Затем составили список факторов конкуренции, значимых для потребителей на анализируемом рынке. Чтобы учесть важность этих факторов, присвоили им веса (в %), сумма весов должна равняться 100%.

Однако простая сумма рейтингов не позволяет оценить рыночную силу конкурентов. Чтобы выяснить, кто сильнее в целом, умножаем полученные оценки на веса факторов, в результате мы получили оценки, учитывающие важность данного фактора для потребителей, и уже просуммировав взвешенные рейтинги для каждого из конкурентов, мы увидели в итоге, кто из них сильнее на рынке в целом.

Для проведения сравнения с конкурентами воспользовались онлайн-сервисом бенчмаркетинга Мастерпланс. Для удобства анализа, результаты оценки были отображены на диаграмме типа «Радар», на котором хорошо видно, кто из сравниваемых конкурентов сильнее по каждому из факторов. При этом площадь образованных графиками фигур показывает суммарную конкурентоспособность.

Покомпонентное сравнение итоговых рейтингов дало нам информацию о том, кто из конкурентов сильнее на рынке «в принципе» - то есть без учета важности сильных факторов для клиентов. Покомпонентное сравнение с конкурентами делает маркетинговую стратегию более убедительной.

При поиске программы для проведения SWOT-анализа, позволяющую автоматизировать рутинные процедуры, был использован онлайн-сервис Мастерпланс [1]

Сервис SWOT-анализ online позволил провести анализ технически грамотно и получить результаты, которые выглядят профессионально. Для этого необходимо ввести в форму название фактора, оценить его значимость для бизнеса, оценить степень своей уверенности в своем решении и нажать кнопку «Добавить». Система сохранит и обработает результат.

Когда введены все данные, нажимаем кнопку «Построить матрицу SWOT» и получаем результат, а также набор графиков, позволяющих визуально оценить их рейтинги. Важность (z) объясняется нам, насколько существенен данный фактор для анализируемого предприятия. А определенность (P) - насколько мы уверены в том, что правильно выбрали фактор и оценили его. Программа перемножит обе эти оценки и выдаст итоговый рейтинг. Рейтинг факторов SWOT (V) нужен для того, чтобы не опираться в разработке стратегии на неопределенные или несущественные факторы. Их сумма дает нам общую оценку SWOT-направления (U).

Слабые стороны Назад Далее

Название:
Введите название (не более 40 симв.)

Оценка: **Важность:**

* Поля обязательные к заполнению

Пояснение: (не более 150 символов)
То, что не поместилось в 40 знаков, дописывайте тут

[Добавить](#)

Введенные данные

<input type="checkbox"/>	Слабо развита отрасль растениеводства	X
1	Отсутствует интенсификация производства в отрасли растениеводства Z: 5 P: 6 V: 30	
<input type="checkbox"/>	Отсутствует маркетинговая служба	X
2	Загружено получение информации о деятельности конкурентов Z: 4 P: 7 V: 28	
<input type="checkbox"/>	Высокие издержки производства	X
3	Мало внимания уделяется снижению издержек производства Z: 5 P: 8 V: 40	
<input type="checkbox"/>	Слабая мотивация труда	X
4	Персонал не заинтересован в выполнении качественного производственного процесса Z: 6 P: 4 V: 24	

Рисунок 1 – Заполнение факторов слабой стороны

Возможности Назад Далее

Название:
Введите название (не более 40 симв.)

Оценка: **Важность:**

* Поля обязательные к заполнению

Пояснение: (не более 150 символов)
То, что не поместилось в 40 знаков, дописывайте тут

[Добавить](#)

Введенные данные

<input type="checkbox"/>	Субсидирование базового процента	X
1	Россельхозбанк выдает кредит под низкий процент Z: 8 P: 8 V: 64	
<input type="checkbox"/>	Усиление государственной поддержки	X
2	Снижение налогов и предоставление льгот и деталей Z: 8 P: 8 V: 64	
<input type="checkbox"/>	Появление новых рынков	X
3	Тенденция снижения диспаритета цен на импортную и отечественную продукцию Z: 6 P: 6 V: 36	
<input type="checkbox"/>	Увеличение численности населения	X
4	Повышение покупательской способности населения Z: 7 P: 9 V: 63	

Рисунок 2 – Заполнение факторов возможностей

Угрозы Назад Построить матрицу SWOT

Название:
Введите название (не более 40 симв.)

Оценка: **Важность:**

* Поля обязательные к заполнению

Пояснение: (не более 150 символов)
То, что не поместилось в 40 знаков, дописывайте тут

[Добавить](#)

Введенные данные

<input type="checkbox"/>	Возможность появления новых конкурентов	X
1	Появление новых конкурентов повлияет на производственный процесс предприятия Z: 9 P: 9 V: 81	
<input type="checkbox"/>	Эпидемиологический риск	X
2	Риск падежа животных Z: 8 P: 6 V: 48	
<input type="checkbox"/>	Экономическая нестабильность	X
3	Увеличение налоговых ставок Z: 8 P: 8 V: 64	
<input type="checkbox"/>	Увеличение импорта алкогольной продукции	X
4	Нужно стремиться наращивать производство и обеспечивать население отечественной продукцией Z: 7 P: 7 V: 49	

Рисунок 3 – Заполнение факторов угроз

Таблица – Рейтинговая оценка факторов

Сильные стороны U=235	Слабые стороны U=122
S1: Достаточная обеспеченность рабочей силой - Z=9 P=7 V=63 Предприятие обеспечено всем необходимым персоналом. Работники аппарата управления имеют высшее образование.	W1: Слабо развита отрасль растениеводства - Z=5 P=6 V=30 Отсутствует интенсификация производства в отрасли растениеводства W2: Отсутствует маркетинговая служба - Z=4 P=7 V=28
S2: Наличие собственного автопарка - Z=6 P=7 V=42 На предприятии имеется практически вся техника для сельскохозяйственных работ	W3: Высокие издержки производства - Z=5 P=8 V=40 W4: Слабая мотивация труда - Z=6 P=4 V=24
S3: Хозяйство не имеет задолженностей - Z=9 P=9 V=81 Предприятие вовремя оплачивает счета	Затруднено получение информации о деятельности конкурентов Мало внимания уделяется снижению издержек производства
S4: Присутствует переработка продукции - Z=7 P=7 V=49 На предприятии имеется колбасный цех, молочный цех и хлебопекарня	Персонал не заинтересован в выполнении качественного производственного процесса
Возможности U=227	Угрозы U=242
O1: Субсидирование банковского процента - Z=8 P=8 V=64 Россельхозбанк выдает кредит под низкий процент	T1: Возможность появления новых конкурентов - Z=9 P=9 V=81 Появление новых конкурентов повлияет на производственный процесс предприятия
O2: Усиление государственной поддержки - Z=8 P=8 V=64 Снижение налогов и предоставлении, льгот и дотаций	T2: Эпидемиологический риск - Z=8 P=6 V=48 Риск падежа животных
O3: Появление новых рынков - Z=6 P=6 V=36 Тенденция снижения диспаритета цен на импортную и отечественную продукцию	T3: Экономическая нестабильность - Z=8 P=8 V=64 Увеличение налоговых ставок
O4: Увеличение численности населения - Z=7 P=9 V=63 Повышение покупательской способности населения	T4: Увеличение импорта аналогичной продукции - Z=7 P=7 V=49 Нужно стремиться наращивать производство и обеспечивать население отечественной продукцией

Таким образом, в маркетинговой деятельности должны широко использоваться информационные технологии, огромные массивы ин-

формации невозможно собрать и обработать без использования компьютерной техники, специализированного программного обеспечения.

Библиографический список:

1. Романов, В.В. Информационные системы и технологии в экономике: учебное пособие для специальностей экономического профиля/ В.В. Романов, О.В. Солнцева, А.В. Севастьянова, О.А. Заживнова. - Ульяновск: УГСХА им. П.А.Столыпина, 2010. - 134 с.
2. Солнцева, О. В. Информационные технологии в науке и образовании: Лабораторный практикум для аспирантов / О. В. Солнцева, Н. Э. Бунина, М. А. Видеркер, О. А. Заживнова -Ульяновск: УГСХА им. П.А.Столыпина, 2015. - 64 с.
3. Егорова, Т.А. Информационно-аналитическая поддержка разработки и принятия решений /Т.А. Егорова, О.А. Заживнова // Материалы II Всероссийского конкурса студенческих научно-исследовательских работ «Информационные системы и технологии в профессиональной деятельности». – Ульяновск.: Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина, 2016. С. 14-17.
4. Онлайн сервис Мастерпланс. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.masterplans.ru/swot/>
5. Онлайн сервис Мастерпланс. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://masterplans.ru/competitors/>

**INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE ADOPTION
OF MANAGEMENT DECISIONS ON THE EXAMPLE OF
SEC «KOLKHOZ NAMED AFTER KALININ» VESHKAYM
DISTRICT ULYANOVSK REGION**

Kuznetsova A.M.

Key words: *Information technology, software, hardware, management solutions.*

The work is devoted to the development of the process of making managerial decisions in the activity of the “Kalinin collective farm” on the basis of modern information technologies.