

УДК 303.732

И.А. Суслов (4 курс, каф. ИСЭМ), В.Н. Волкова, д.э.н., проф.

ПРИМЕНЕНИЕ-МЕТОДОВ СИСТЕМНОГО АНАЛИЗА ДЛЯ ВЫБОРА НОВОВВЕДЕНИЙ НА ПРИМЕРЕ ОАО "ФАРМАЦИЯ"

Данная работа посвящена методам применения системного анализа для оценки возможностей и потребностей предприятия во внедрении нововведений. В качестве исследуемого объекта было выбрана сеть аптек предприятия ОАО «Фармация». Целью настоящей работы является разработка методик анализа и решения проблем, влияющих на эффективность деятельности предприятия, определение «узких» мест, требующих автоматизации. Для обеспечения эффективной деятельности предприятия, необходимо повышение эффективности работы «перегруженных» структурных подразделений предприятия через внедрение нововведений в производство и управление данной организации.

Первая часть работы посвящена применению системного анализа для изучения системы организационного управления фирмы. Основным принципом для повышения эффективности деятельности системы организационного управления является четкое и полное распределение управленческих функций с учетом принятой концепции деятельности предприятия. Одним из методов реализации этой задачи является использование различных методик структуризации для построения структуры целей и функций управления предприятием. Эти методики позволяют описывать систему путем постепенной детализации, т.е. разделить большую неопределенность на более мелкие, легче поддающиеся изучению. После построения структуры целей и функций проводится анализ ее составляющих с целью выделения наиболее важных элементов, которым следует уделить повышенное внимание.

Во второй части займемся разработкой модели эффективного функционирования предприятия. Для начала получим оценки относительной важности составляющих дерева целей по методике PATTERN и определим наиболее важные функции системы организационного управления предприятием, применение нововведений к которым наиболее желательно. Для анализа организационной структуры предприятия была разработана автоматизированная процедура «PATTERNanalyzer», позволяющая проводить анализ древовидной структуры по 2-3 критериям. По результатам анализа станет ясно, для каких подразделений фирмы стоит предлагать нововведения. В нашем случае – это отдел организации продаж и отдел маркетинга.

Далее производится анализ внешней среды предприятия – определяются наиболее важные поставщики и целевая группа потребителей (тех на кого следует ориентироваться, предлагая нововведения). Для чего используются методики PATTERN и метод решающих матриц – средство стратифицированного представления проблемы с большой неопределенностью на подпроблемы и пошагового получения оценок. На основе полученных данных, знаний разработчиков, тенденций в современном развитии предприятий и справочной информации определяются нововведения, предлагаемые для внедрения на предприятии.

Полученный набор нововведений необходимо оценить. Для начала проведем структуризацию целей системы управления для уточнения представления о них – распределим их по уровням иерархии и, тем самым, повысим объективность и достоверность анализа. Затем оцениваем нововведения методом решающих матриц и с помощью информационных оценок. Основным достоинством информационных оценок является возможность сочетать вероятностные оценки с количественными детерминированными характеристиками, что способствует повышению объективности и достоверности оценок. На основе полученных результатов делаются выводы о целесообразности внедрения тех или иных нововведений.

Выводы: В работе была разработана методика, применение которой позволяет повысить эффективность принятия решений по выбору и целесообразности внедрения нововведений на предприятии. Данная методика была рассмотрена руководством и применена на предприятии ОАО «Фармация» в качестве эксперимента. В связи с этим возникает необходимость проведения анализа результатов и дальнейшая более детальная доработка методики.