

3.2 Формирование информационных резервов с целью обеспечения готовности строительных систем

В условиях научно-технического прогресса информационная составляющая становится одним из самых ценных ресурсов предприятия. По своей значимости она всё больше приравнивается к энергетическим и сырьевым ресурсам и используется для замещения живого труда, сырья и энергии.

Поэтому для белорусских строительных предприятий информация должна стать ключевым фактором, открывающим возможности развития экспортного производства. Это вытекает из ряда специфических свойств информационных ресурсов:

- они не расходуются в процессе использования;
- расширение их потребления практически не имеет ограничений;
- они обладают высокой ресурсосберегающей способностью.

Информационная подсистема производственного потенциала строительных предприятий - это программно-технический комплекс, включающий компьютерное оборудование, периферию, сетевое оборудование, сетевое программное обеспечение, клиентское программное обеспечение, инструментальное программное обеспечение (СУБЗ), прикладное программное обеспечение, специальное программное обеспечение (системы мониторинга и управления сетями), телефонное оборудование.

Информация в строительстве может использоваться в виде результатов научных разработок по совершенствованию основных фондов и предметов труда, навыков и знаний производственного персонала, например, обучающих программ, способов быстрой передислокации и развертывания элементов, результатов маркетинговых исследований инвестиционно-строительного рынка и т.п.

Значительная часть информации формируется в аппарате управления предприятия, как результат действия его служб, а также других специализированных организаций. При этом ее формы, виды, структура и содержание целиком определяются масштабами, видом деятельности, сложностью и уровнем развития предприятия, что свидетельствует о воспроизводстве информации внутри производственной системы.

Оценка профессиональной, технической, технологической готовности должна иметь серьезную информационную поддержку, а значит, опираться на информационную мобильность. Создание систем поиска информации может существенно изменить предложение на строительные услуги и строительным предприятиям даст полное представление о своих возможностях и потребностях.

Особую важность будут иметь следующие условия:

- наличие систем поиска информации с высокой степенью точности;
- наличие программного обеспечения;
- наличие инструментария для обработки результатов маркетинговых исследований.

Современная ориентация на клиента требует углубленного знания его потребностей, постоянного наблюдения за ними, правильной направленности маркетинговых мероприятий, более тесного взаимодействия с заказчиками. Для реализации конкурентных преимуществ и развития свойства мобильности приоритетное значение приобретают информация, как стратегический ресурс, а также организация и управление полученными данными.

Проведенные в плановом порядке сбор и анализ информации дают возможность получать конкурентные преимущества, снижать финансовые риски, определять отношение заказчиков к оказываемой строительной услуге, повышать эффективность коммуникационных рыночных мероприятий.

Наличие и использование вышеперечисленных условий позволяет строительному предприятию создать базы данных. Это поддержка принятия управленческих решений. В динамичных условиях полезность баз данных должна измеряться их способностью генерировать (путем извлечения, сведения или сопоставления данных) информацию, необходимую для выполнения следующих задач:

- уточнение результатов сегментации (например, какому сегменту рынка наилучшим образом соответствуют характеристики мобильности предприятия);
- расширение знаний о заказчиках (вкусы, предпочтения);
- удовлетворение требований заказчика (каковы его потребности, отвечает ли им произведенная строительная продукция в большей мере, чем продукция конкурентов);
- прогнозирование будущих потребностей;
- определение основных конкурентных факторов, оказывающих влияние на позиции местных и зарубежных строительных компаний на потенциальном рынке (например, цена, качество, сроки финансирования и т.д.);
- применение техники маркетинга, стратегии и практики ведения бизнеса преуспевающих строительных предприятий на потенциальном рынке, которые удерживают или расширяют долю рынка;
- анализ текущих, прошлых и прогнозируемых данных потенциального рынка строительным предприятием;
- описание факторов тенденций, влияющих на потенциальный уровень цен на потенциальном рынке;
- определение основных местных предприятий, формирующих рынок, включая рассчитанную долю рынка.

Отрицательное влияние на развитие адаптационных свойств строительных систем заключается в сборе неточной информации и в выборе неэффективных методов её анализа и обработки.

Изменения в информационном обеспечении управления строительным предприятием неизбежно приводят к необходимости преобразования организационной структуры. Создание на строительном предприятии баз данных позволит мобильно реагировать на условия конкурсных торгов, осуществлять организационно-технологическое моделирование строительства заявленных объектов, осуществлять формирование графиков движения бригад, основных фондов по объектам годовой программы, выполнять оценку мобильности предприятия и вырабатывать меры по оптимизации показателей производственного потенциала (рис.3.1).

Создание и применение баз данных возможно на основе использования эффективных внутриорганизационных коммуникационных связей. Чем больше информации о состояниях строительного предприятия в регионе возможного функционирования, тем больше возможностей влиять на параметры при строительстве. Для этого необходимо выработать тот тип регулирования, который обеспечит стабильное управляемое положение. Согласно [70], для строительного предприятия возможно эффективное применение следующей системы управления:



Рисунок 3.1 – Схема управления с двойной связью

Руководитель проекта обеспечивается информацией о возмущениях (вход) и отклонениях (выход) и может на них воздействовать. Данные о параметрах входа и выхода поступают от работников производственного, планово-учетного отдела, маркетинговой службы, бухгалтерии. Обратная связь позволяет на основе анализа выделить приоритетные факторы и решить эффективно управленческие задачи. Поведение изменяется в зависимости от внешних условий региона функционирования.